

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.

Además, los productos salidos de las explotaciones agrarias deben sufrir una serie de manipulaciones antes de su entrada en los circuitos comerciales, operaciones que aportan un valor añadido considerable y en el que no suele participar el productor. La tipificación y normalización de los productos puede decirse que apenas se realiza en origen, salvo para los destinados a la exportación y aún en estos casos se observan algunos problemas específicos.

Unicamente a través del estímulo y fomento de las entidades asociativas agrarias se alcanzará la ordenación de las producciones, la concentración de la oferta, la tipificación y normalización en origen, la transparencia de los canales comerciales y, en suma, el conocimiento real de la oferta que entra en circuitos comerciales y que, por tanto, es susceptible de ordenación dentro del mercado alimentario.

b) **Demanda**

La demanda está muy condicionada: 1º) por la educación del consumidor; 2º) su propia situación económica que configura el hábito alimenticio, y 3º) por el binomio moda-publicidad.

La educación del consumidor depende de su propia cultura, factor decisivo a la hora de calificar y cuantificar la demanda, pero también depende sobremanera de su entorno social que le provoca inhibiciones o estímulos.

La situación económica del consumidor es función de su nivel de renta, pero también influye en la demanda su personal criterio respecto a la distribución de los llamados «gastos familiares alimentarios» dentro de su presupuesto general. Cualquier modificación de la coyuntura económica determina efectos de sustitución en el consumo, dando lugar a que situaciones antaño deficitarias para un producto determinado, pasen a ser coyunturalmente excedentarias, como es el caso de la carne de vacuno en relación con las carnes de pollo y cerdo.

Finalmente, el binomio moda-publicidad puede servir para orientar la demanda de los consumidores, desplazando su interés de unos a otros productos; por este motivo constituye un instrumento formidable a la hora de hacer frente a situaciones excedentarias o deficitarias en la producción de alimentos a nivel estatal.

Para orientar la demanda y para lograr un mejor conocimiento de los hábitos de consumo, así como para contribuir a la búsqueda de una dieta equili-

brada, son de gran utilidad las prospecciones periódicas del mercado alimentario (paneles de consumo). Estos paneles al mismo tiempo pueden servir para concienciar al ciudadano sobre la conveniencia y utilidad de mantener o modificar sus hábitos alimentarios así como sobre la calidad de los productos adquiridos.

El gran reto con el que se enfrenta el sector de la alimentación en España es el de llevar nuestras normas de calidad internas hasta un nivel análogo al conseguido por los países de la CEE y el conseguir, también, niveles parecidos de control del fraude alimentario.

Cualquier actividad que tienda a mejorar la calidad de los alimentos debe pretender no sólo dar satisfacción al mercado interior sino aceptar el reto que supone la necesidad de ser competitivos en la conquista de mercados exteriores, lo que conlleva la aportación de productos con imagen de marca y que tengan una fluida distribución a través de los diferentes circuitos comerciales. Toda acción que tienda a mejorar la calidad de los productos alimenticios, bien de los que se consumen en estado natural como de aquellos que son objeto de transformación industrial (el 75 por 100 en la actualidad), supone una defensa del consumidor que recibirá un producto mejor, siempre que haya mantenido su calidad originaria en las distintas etapas de preparación y de la distribución.

La mejora de nuestra calidad alimentaria precisa de una actuación legislativa que puede concretarse en dos puntos:

- a) Desarrollo y aplicación del Código Alimentario Español, ya que la situación de inseguridad ciudadana en el consumo de alimentos ha venido provocada por lagunas legislativas y por una actitud de dilación en la aplicación de las normas vigentes. Las Reglamentaciones Técnico-Sanitarias y las Normas de Calidad encuadran los requisitos a cumplir por los distintos productos alimenticios. La coordinación de los servicios de inspección permitirá el control, vigilancia y represión de las infracciones asegurando el exacto cumplimiento de las disposiciones vigentes.
- b) Establecimiento de las «Marcas Alimentarias de Calidad» (proyecto de Real Decreto en fase de aprobación) que ha de evitar la confusión y desinformación del consumidor, permitiéndole seleccionar aquellos artículos de calidad controlada dentro de la oferta disponible. Paralelamente a la necesaria garantía de calidad, la aparición de esta normativa legal defenderá a los productores de la competencia desleal, al permitir identificar productos de calidad contrastada en el mercado alimentario.