

La industria agroalimentaria española no conoce el desánimo. Tras el ingreso de España en la Unión Europea, ha sabido sobreponerse a los muchos obstáculos que amenazaban su futuro. Hoy, digeridos algunos de ellos, el sector se mantiene como el principal referente industrial del país, con cerca de 33.000 empresas y una producción de más de 65.000 millones de euros. La inversión en investigación y desarrollo de nuevos productos, la conquista de nuevos mercados exteriores y la calidad y seguridad alimentaria se presentan ahora como sus principales retos, dentro de un contexto globalizado en el que las presiones ejercidas por el sector de la distribución y unos precios a la baja obligan a las pequeñas empresas a ganar dimensión. O serán plato de buen gusto de la competencia.

# Una industria que

Al igual que ocurre con los equipos de fútbol de relumbrón, o la mayoría de los mejores deportistas del mundo, que no suelen fallar en las grandes ocasiones, la industria agroalimentaria española siempre ha estado ahí, por insuperables que parecieran los diferentes retos y obstáculos a los que se ha tenido que enfrentar a lo largo de estas dos últimas décadas. Así, y cuando muchos no daban ya un duro por su futuro, especialmente tras el ingreso de nuestro país en la Unión Europea, el sector ha sabido en primer lugar encarar su modernización multiplicando casi por tres las inversiones, y después hacer frente a la creciente competencia exterior, la internacionalización de los mercados, la globalización de la economía... Y lo que aún se antojaba más difícil, ha sido capaz de crecer en términos reales y de mantenerse como el mayor sector industrial de España, según se destaca desde la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB).

Una posición dominante dentro de la economía nacional que también se distingue desde el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), que subraya que la industria alimentaria española representa el 17 % de la facturación total de productos y más del 20 % del gasto en materias primas.

## Principal sector industrial

Tanto esta organización empresarial como el Ministerio coinciden en resaltar en sus respectivos documentos: *Informe*

*económico de la industria alimentaria 2004 y Hechos y cifras de la agricultura, la pesca y la alimentación en España*, la importancia de esta industria. Y no es para menos. Con una producción bruta que superó los 65.000 millones de euros en 2004 –el 8,15 % del producto interior bruto (PIB) español–, el sector alimentario español aglutina a casi 33.000 empresas que el año pasado dieron ocupación a 430.275 personas, lo que representa el 13,89 % del empleo industrial y el 2,51 % del empleo total de la economía española.

Y aunque las importaciones de la industria de la alimentación y bebidas –14.900 millones de euros– superaron a las exportaciones –13.108 millones de euros–, y por tanto la balanza comercial volvió a arrojar un saldo negativo en 2004 con una tasa de cobertura del 87,89 %, lo cierto es que este dato supera en más de 17 puntos porcentuales al de la tasa de cobertura del conjunto de la economía española, lo que, a juicio de los empresarios, da una idea del dinamismo del sector. España exportó más que importó sobre todo legumbres raíces y tubérculos, grasas y aceites y preparaciones de legumbres y frutas. Del lado contrario, las importaciones de café, té y semillas superan con mucho a las ventas en el exterior.

## Balanza comercial

Asimismo, la FIAB recoge en su informe el notable incremento registrado por la inversión extranjera en empresas espa-

ñolas, que ha pasado de los 69,8 millones de euros en 2003 a los 813 millones de euros del pasado año, lo que supone el 8,37 % del total recibido por la economía española y el 33,58 % de la inversión foránea en la industria. Para la FIAB, este volumen pone de manifiesto la competitividad del tejido productivo alimentario y la confianza que despierta en los agentes económicos internacionales, especialmente de los de Estados Unidos, que fue el principal país emisor de estas inversiones muy por encima de nuestros socios comunitarios, tradicionalmente los mayores inversores.

Por el contrario, las inversiones de firmas españolas en el extranjero se redujeron en más de la mitad durante el pasado año. Si en 2003 éstas fueron de 1.264 millones de euros, en 2004 apenas alcanzaron los 572 millones de euros, principalmente con destino a empresas de la Unión Europea y Latinoamérica.

## Atomización empresarial

Pero si por algo se define la industria agroalimentaria española, al margen de por su implantación en todo el territorio nacional, es por la pequeña dimensión de sus empresas (el porcentaje de grandes firmas con más de 200 trabajadores no llega ni al 1%). Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), más del 96 % de las empresas tienen menos de 50 trabajadores y más del 81 % no llegan a los diez empleados.

Entre las razones de esta atomización, los expertos destacan la tendencia gene-

**alimenta**



ADEMÁS DE FOMENTAR LA INVERSIÓN, LA INVESTIGACIÓN Y FORMACIÓN Y LA APERTURA A NUEVOS MERCADOS, LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA DEBE REFORZAR SU APUESTA POR LA CALIDAD Y LA SEGURIDAD CON LA IMPLANTACIÓN DE SISTEMAS DE CERTIFICACIÓN, TRAZABILIDAD, NORMALIZACIÓN Y ETIQUETADO.

realizada al crecimiento interno, individualista y nacional; la resistencia tradicional a la inversión y la entrada de nuevos socios, así como el temor a la pérdida de control de la empresa y a la salida a mercados externos (cerca del 28 % de las empresas son familiares y no cuentan con ningún asalariado).

Esta estructura, que además se mantiene prácticamente invariable durante los últimos años, se presenta a los ojos de todos como uno de los mayores obstáculos a la hora de competir. Y es que a nadie se le escapa que las pequeñas y medianas empresas tienen mucho más difícil, por no decir imposible, invertir en el desarrollo de nuevos productos, consolidar sus marcas, incrementar sus exportaciones o simplemente abrirse a otros mercados exteriores.

### Ganar dimensión

Si no quieren comprometer su viabilidad futura, ganar dimensión debe ser una estrategia para mantenerse en el mercado a medio plazo. Una mayor dimensión empresarial –con propuestas que van desde las fusiones y adquisiciones de empresas, y fórmulas de capital riesgo y mercado de capitales, hasta el asociacionismo u otras modalidades de colaboración con fines económicos–, permitirá no sólo afrontar el comercio en mercados exteriores y las inversiones necesarias en I+D para poder cumplir con los nuevos requisitos legales, científicos y tecnológicos, o los derivados de las nuevas demandas de un consumidor más exigente, sino también poder mejorar las condiciones para la negociación con un sector de distribución cada vez más concentrado, que plantea nuevos requisitos que hacen necesario una mayor capacidad financiera para afrontar sus condiciones de pago.

En este punto, los responsables del sector alimentario español critican la ley de morosidad aprobada por el nuevo Ejecutivo



socialista, que establece una regulación de 90 días para la mayoría de los productos. En su opinión, este aplazamiento echa por tierra sus expectativas de plazos no mayores de 60 días para los productos no perecederos y de 30 en los perecederos, va en contra de la directiva europea que se pretende trasponer, y mantiene a nuestro país en la excepción de contar con los plazos de pago más dilatados de Europa.

### Nuevos obstáculos

Pero, además de este problema, la industria alimentaria debe perseverar aún más en los empeños que le permitieron superar los obstáculos en el pasado. Porque a los desafíos de entonces, algunos de los cuales perviven, ahora se han añadido otros nuevos. La presión de la competencia interna y externa, la apertura de mercados y los precios a la baja requieren de una respuesta constante por parte del sector para mantener el dinamismo de las empresas. Al tradicional esfuerzo inversor en investigación y desarrollo, y en formación de los trabajadores, la industria alimentaria debe sumar los de su internacionalización mediante la promoción exterior, el intercambio de tecnología y los acuerdos

comerciales, pero también con la diferenciación y defensa de los productos de calidad y respetuosos con el medio ambiente.

### Promoción exterior

Precisamente en este contexto se enmarca el Plan Estratégico de la Gastronomía española en el exterior, puesto recientemente en marcha por la FIAB con la colaboración de diferentes instituciones públicas para contribuir, a través de nuestra cocina, a un mejor posicionamiento de los productos alimentarios españoles y a un incremento de su presencia en los mercados exteriores. El plan pretende aprovechar el buen momento de nuestra gastronomía, gracias entre otras cuestiones a la celebridad de algunos de nuestros *chefs* del momento, pero también a que la imagen de España ha mejorado mucho, especialmente en Europa, donde se percibe que nos hemos modernizado y se reconoce la calidad objetiva de nuestros productos.

Al mismo tiempo, y partir de diversas actividades de promoción, se quiere acabar con el abuso de los tópicos de nuestra cocina (paella, sangría, tortilla española...) y la escasez de productos nacionales en

los canales de distribución y gourmet, así como potenciar la presencia de nuestra cocina en el mundo editorial internacional y en los hoteles de alto nivel del mundo, que de forma sistemática cuentan con restaurantes de procedencia italiana o francesa, pero no española.

### Consumo interno

Pero la industria alimentaria también debe prestar, y mucho, atención al mercado nacional.

Del Panel de Consumo Alimentario que elabora el MAPA, se deduce que las compras del total de alimentación (hogares, hostelería-restauración e instituciones) ascendieron en 2004 a 37.780 millones de kilogramos/litros/unidades, por un valor de 74.752 millones de euros, lo que supone un incremento del consumo del 3,45 % y del 7,7 % del gasto con relación al año anterior.

De estos datos se puede estimar que el gasto anual en alimentación realizado en el hogar por persona fue de 1.292 euros, es decir, 63 euros más que en 2003 o, lo que es lo mismo, un 2 % más a precios constantes (descontando la inflación).

Las patatas congeladas, el vino de calidad, los platos preparados, los derivados lácteos y la miel son los alimentos que experimentaron un mayor crecimiento en la cantidad consumida, mientras que los que registraron un descenso más acusado en su consumo fueron la sidra, el azúcar y los espumosos y cavas.

En los hogares españoles el mayor gasto en alimentación y bebidas por habitante correspondió a la carne (307,2 euros) y los productos pesqueros (179,8), seguidos de las frutas frescas (112,2), los derivados lácteos (98,7) y el pan (92,9 euros). Por contra, el menor gasto por persona en hogares recayó en los huevos (17,2 euros) y las cervezas y las patatas frescas (15,3 euros cada uno).

Por comunidades autónomas, las de mayor consumo en alimentos y bebidas son Cataluña, Asturias y Castilla-León, mientras que las menos consumidoras son Murcia y Andalucía. Los gallegos, navarros, castellanoleoneses, aragoneses y riojanos son los que más carne consumen, y los canarios, murcianos y andaluces, los que menos. Los castellanoleoneses, aragoneses y riojanos repiten, junto a los astu-

rianos, como los mayores consumidores de pescado, y los murcianos y canarios lo hacen, además de los de Baleares y Valencia, como los que menos.

Por su parte, los habitantes de Cantabria, Canarias, Asturias y Castilla-León se destacan como los principales consumidores de aceite de oliva, un producto que donde menos se consume es en Castilla-La Mancha, Murcia y Valencia. Por último, el vino con denominación encuentra sus mayores adeptos entre los ciudadanos de Baleares, Asturias y Cantabria, un placer que es compartido en menor medida por los de Extremadura, Castilla-La Mancha y La Rioja.

### Segmento 'étnico'

No obstante, en estos hábitos de consumo se observa un cierto cambio motivado por la población inmigrante residente en España, que según el padrón de 2004 ascendía a más de tres millones de personas, lo que representa el 7 % de la población española.

Consciente de esta realidad social, la industria alimentaria empieza paulatinamente a responder a los gustos de los

## SOBRE GUSTOS SÍ HAY ALGO ESCRITO

La Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas recoge, en su informe sobre el sector alimentario español, un estudio elaborado por ACNielsen a partir de las compras realizadas en 89 categorías en 59 países asiáticos, europeos y americanos, representativos del 93 % de la producción mundial y de más del 77 % de la población en el mundo. A la vista de los datos, se destacan 23 grupos de productos de alimentación y bebidas con un prometedor futuro, dado el crecimiento que han registrado durante el último año. Entre ellos, los que registran tasas de variación porcentual en sus ventas por encima del 10 % figuran los relacionados con la salud y las dietas para adelgazar: bebidas de soja (31 %), yogures líquidos (19 %), cereales, muesli y barritas de fruta (14 %), bebidas isotónicas y energéticas (10 %) y edulcorantes (10 %). Este mayor consumo sugiere para sus responsables que los consumidores cada vez se preocupan más por la dieta y la salud, por lo que es de esperar que aquellas empresas que desarrollen productos saludables, que cubran esta creciente demanda, encontrarán un mercado muy receptivo. En este sentido, el estudio señala el especial interés no sólo ya por conseguir la satisfacción total del consumidor, utilizando las mejores materias primas y el más estricto control de la calidad del producto final, sino por ofrecer productos innovadores que permitan una alimentación más sana u natural. Un ejemplo claro es la creciente oferta de productos cardiosaludables como las conservas en aceite de oliva bajas en sal, o el enriquecimiento de los productos con omega3.

Asimismo, se observa un significativo avance de los productos de conveniencia: platos preparados refrigerados (10 %), fruta congelada y aliños refrigerados para ensaladas (ambos con un 9 %), ensaladas frescas preparadas (8 %), postres preparados (7 %), y pizza congelada y sopas refrigeradas (con un 6 %). Detrás de este auge se encuentra tanto el estilo de vida actual, que hace que cada vez se tenga menos tiempo para cocinar, como la incorporación de la mujer al mercado laboral y el hecho de que más de un tercio de los hogares existentes en España sean unipersonales y formados por gente joven. De esta forma, se generaliza cada vez más el consumo de alimentos que sólo necesitan calentarse o aliñar, según el gusto de cada uno, o que facilitan su preparación. Por consiguiente, tanto los platos preparados (listos para el consumo) como los denominados "alimentos servicios" (con alto valor añadido como las patatas prefritas o las verduras para ensaladas ya limpias) constituyen otro grupo de productos alimentarios que presenta un favorable horizonte de expansión, especialmente gracias, en buena parte, a que la tecnología actual hace posible que estos alimentos conserven sus propiedades durante meses.

Junto a estos alimentos llamados a convertirse en un complemento ideal de la dieta de los hogares, el estudio llevado a cabo por ACNielsen concluye que también existen evidencias empíricas diversas que indican que en el futuro cobrarán una importancia creciente los alimentos diseñados para atender las demandas de colectivos específicos de la población, de manera particular los productos para mujeres embarazadas o para los más pequeños de la casa.

LA PREOCUPACIÓN POR LA SEGURIDAD ALIMENTARIA HA PROVOCADO UN DESPLAZAMIENTO DE LA IMPORTANCIA DE LOS AGENTES QUE INTERVIENEN EN LA CADENA HACIA LA MESA. ASÍ, SE HA PASADO DE CONSUMIR LO QUE SE PRODUCÍA, A QUE SEAN CADA VEZ MÁS LOS CONSUMIDORES LOS QUE DECIDEN QUÉ Y CÓMO SE PRODUCE Y COMERCIALIZA.

inmigrantes, algunos, como los magrebíes y los procedentes del resto de Europa, más proclives a integrar platos españoles en sus dietas, y otros, especialmente los latinoamericanos, a conservar sus tradiciones alimentarias.

### Productos ecológicos

Por otro lado, también hay que mencionar que, de un tiempo a esta parte, a los alimentos tradicionales se han sumado otros encuadrados dentro de la llamada agricultura ecológica. Ésta podría entenderse como aquella que excluye normalmente el uso de productos químicos de síntesis como fertilizantes, plaguicidas o antibióticos para preservar el medio ambiente, mantener o aumentar la fertilidad del suelo y proporcionar alimentos con todas sus propiedades naturales.

Esta actividad, regulada en España desde 1989, y que ha registrado un importante crecimiento en la última década, puso el pasado año en marcha un Plan Estratégico para la Producción Ecológica con el fin, entre otros objetivos, de dar a conocer su importancia como agricultura sostenible y productora de alimentos de calidad diferenciada, así como para vertebrar el sector e incrementar la confianza del consumidor en los productos ecológicos.

Pero junto a estos grandes ámbitos de actuación ya reseñados –el fomento del esfuerzo inversor en la industria, la investigación y formación y la apertura a nuevos mercados, el sector alimentario debe, tal y como se apunta desde el MAPA, incidir en la calidad y la seguridad con la implantación de sistemas de certificación, trazabilidad, normalización y etiquetado.



### De la granja a la mesa

Según se señala en el informe *Biotecnología y seguridad alimentaria*, elaborado por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria (AESA) y Genoma España, el derecho a la seguridad alimentaria, que todos los Estados deben garantizar a sus ciudadanos, ha quedado en los últimos años comprometido, si no en su vertiente de acceso a los alimentos, sí al menos en cuanto a la inocuidad de los mismos se refiere.

Y es que dos graves crisis alimentarias sufridas recientemente obligaron a un

cambio en el concepto de seguridad alimentaria. Así, de un lado, la encefalopatía espongiforme bovina (EEB) o mal de las vacas locas, que tuvo su origen en un pienso contaminado por priones procedentes de animales enfermos; y de otro, la posterior alarma que creó la presencia de dioxina, un compuesto altamente cancerígeno, que se detectó en piensos con los que se había alimentado a la mayoría de pollos criados en granjas de Bélgica y destinados a la exportación, quebrantaron la confianza de los consumidores y obligaron a ampliar los

métodos de control de la seguridad alimentaria a toda la cadena del proceso productivo, desde la siembra en el campo y crianza de animales, pasando por la cosecha, sacrificio, elaboración, empaquetado, distribución, venta y consumo del producto final. Surge así, tal y como se destaca en este informe, un nueva forma de abordar el problema con un enfoque global y un tratamiento integral del consumo de alimentos que va de la granja a la mesa.

## Sistemas de trazabilidad

Éste es el origen de la trazabilidad, definida en el Reglamento 17/2002 del Parlamento Europeo y Consejo como “la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución, de los alimentos, los piensos, los animales destinados a la producción de alimentos y de cualquier otra sustancia destinada a ser incorporada en un alimento o pienso, o con probabilidad de serlo”.

Este reglamento ha introducido, por primera vez con carácter horizontal, la exigencia de que todas las empresas alimentarias y de piensos dispongan desde el pasado uno de enero de 2005 de un sistema de trazabilidad, que identifique los productos o grupos de productos a lo largo de toda la cadena agroalimentaria.

A la implantación y mejora de estos sistemas ha contribuido de manera decisiva el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, que han revolucionado tanto el etiquetado como la gestión integral de la información. Asimismo, AESA y Genoma España destacan que la biotecnología abre enormes posibilidades para mejorar los sistemas de seguridad alimentaria. Así, los nuevos sistemas biotecnológicos de detección de agentes nocivos presentan una elevada sensibilidad y una mayor versatilidad en sus aplicaciones. Del mismo modo, otras biotecnologías, dirigidas a la mejora de los procesos productivos o a la conservación y envasado de alimentos, inciden de forma indirecta en un aumento de la seguridad alimentaria.

El Centro Nacional de Alimentación se ha destacado, en este sentido, como un instrumento fundamental para garantizar la seguridad alimentaria. Desde su adscripción a la AESA, este organismo ha realizado más de 7.000 controles analíticos en el último año y ha desarrollado nuevos métodos de análisis que ha trasfido al resto de los laboratorios oficiales de control.

## Federación de industrias de Alimentación y Bebidas

<http://www.fiab.es>

Organización empresarial que aglutina a la mayor parte de las empresas productoras de alimentos en España. Su actividad se centra en ofrecer información al sector alimentario de las novedades que pueden afectar a su funcionamiento, así como representar los intereses de la industria alimentaria ante las diferentes administraciones y órganos de decisión, tanto nacionales como comunitarios.



## Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

<http://www.mapa.es>

Web del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación que ofrece una completa información sobre el sector. Informes sobre la evolución económica y de los precios, ayudas, noticias, biblioteca y publicaciones son algunos de los servicios que están disponibles en esta página que, asimismo, cuenta con una extensa selección de direcciones web de interés relacionadas con la actividad agroalimentaria.



## Agencia Española de Seguridad Alimentaria

<http://www.aesa.msc.es>

Página de esta organización autónoma adscrita al Ministerio de Sanidad y Consumo, cuya misión es promover que los ciudadanos tengan confianza plena en los alimentos que consumen y dispongan de información adecuada para tener capacidad de elección.

## Otros sitios de interés

<http://www.aice.es>

Web de la Asociación de Industrias de la Carne de España constituida por más de 800 empresas del sector cárnico.

<http://www.fev.es>

Página de la Federación Española del Vino.

<http://www.cerveceros.org>

Web de Cerveceros de España que representa al conjunto de productores de cerveza del país.

<http://www.fead.es>

Página de la Federación Española de Asociaciones del Dulce.

<http://www.fnacv.es>

Web de la Federación Nacional de Asociaciones de la Industria de Conservas Vegetales.

<http://www.fenil.org>

Federación Nacional de Industrias Lácteas.

<http://www.fao.org>

Web de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

<http://www.eufic.org>

Web del Consejo Europeo de Información sobre la Alimentación.