

Situación actual de la industria alimentaria española y perspectivas de futuro



Jorge Jordana ►
Secretario general de la
Federación de
Industrias de
Alimentación y Bebidas
(FIAB)

La actividad de la industria alimentaria española tiene una destacable importancia en el conjunto de la economía española. No hay que olvidar que este sector representa el 17% de toda la producción industrial, empleando a un 15% de la mano de obra del sector secundario, que es lo que representan sus 450.000 trabajadores, y aportando el 2,5% del PIB español. Además, en la cadena agroalimentaria, el sector de alimentación y bebidas es el gran cliente de las producciones primarias, ya que el 70% de estas producciones, agrícolas, ganaderas y pesqueras, acaba siendo transformado por nuestra industria, lo que evidencia el destacado papel que esta actividad económica cumple para los sectores primarios.

Con la perspectiva que dan los años, podrían matizarse los comentarios anteriores, pues si atendemos a la producción de nuestras industrias alimentarias en los últimos 20 años, en términos reales, apenas hemos crecido: tan sólo tenemos una tasa anual acumulativa de un 0,1%, aunque bien es verdad que los demás sectores industriales presentes de forma destacada en la economía española están sufriendo deterioros económicos muy notorios, lo que, de forma indirecta, nos consolida como el primer sector industrial de España.

Las cifras proporcionadas por el INE para el ejercicio 2006 no son excesivamente creíbles. Asistimos a una continua corriente migratoria hacia España que, en apenas tres años, nos ha hecho pasar de cuarenta millones a cuarenta y cuatro millones, aunque oficiosamente se habla ya de que superamos los cuarenta y seis, lo que necesariamente conlleva un crecimiento importante de nuestro mercado interno, como así lo constatan las encuestas sobre consumo alimentario presentadas anualmente por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (para el ejercicio de 2006 daban un crecimiento en términos monetarios de un 5,6%). Lógicamente, este crecimiento en el consumo de productos alimentarios transformados o bien se cubre con importaciones, o bien con producción nacional; lo que no es lógico es que, creciendo el consumo, se certifiquen disminuciones tanto de la importación como de la producción propia: el INE deduce una disminución de un 2,2% en la producción de nuestro sector en 2006 en valores reales y de un 3,5% en las importaciones de productos elaborados. Aunque no sea creíble esa disminución de nuestras producciones, lo que sí es cierto es que nuestra industria suele tener, conjuntamente, crecimientos o decrecimientos muy débiles, que rara vez superan la tasa del 2%.



Los efectos de la globalización

Son muchos los factores que inciden sobre nuestra situación presente y, sin duda, sobre nuestro futuro. Obviamente, los efectos de la globalización de los mercados son los más relevantes. Nuestros productos compiten con las producciones procedentes del resto de los países del mundo. Ya no es que compartamos con los países europeos ese mercado común formado por los 27 países que conformamos la UE, sino que en todos los mercados, también en el nuestro, estamos compitiendo con productos elaborados en países terceros, gracias a la conjunción de unas medidas políticas internacionales que, paulatinamente, van facilitando los intercambios (Organización Mundial de Comercio), junto con unos costes de transporte realmente accesibles y una información ágil, rápida e internacionalizada: el 12% del mercado español de productos alimentarios está cubierto ya con productos de importación.

Y es que el contexto global en el que opera nuestra industria es un escenario extraordinariamente complejo. Al recrudecimiento de la competencia en el mercado interno, hemos de añadir mayores exigencias técnicas, sanitarias y también medioambientales por parte de las autoridades reguladoras. A la luz de los nuevos descubrimientos y buscando siempre la mayor seguridad y la higiene de los productos, surgen nuevas disposiciones legales que condicionan la producción de las empresas, exigencias que requieren un alto nivel técnico y cuantiosas inversiones, a las que no siempre es fácil responder tratándose de una pequeña o mediana empresa.

Asimismo, nos encontramos ante un consumidor más informado y con nuevos patrones de alimentación, a los que hay que responder con mayores estándares de calidad y con el desarrollo de productos adecuados a estas nuevas necesidades.

Estamos, por tanto, inmersos en un entorno de altísima competitividad y aquí es donde empiezan a destacarse nuestras debilidades, fundamentalmente generadas por una mala estructura productiva: en un porcentaje altísimo nuestras empresas son pequeñas o son microempresas, no aprovechando, por ello, las economías de escala que se presentan en el entorno globalizado. Y teniendo esta debilidad tan básica, se derivan de ella muchas ineficiencias que son las que debemos superar.

La primera es la de la marca. Las empresas elaboradoras de productos listos para el consumo pueden soportar una marca comercial que supone un atajo informativo para un consumidor sometido a un exceso de información. La marca le puede suponer confianza y, a cambio de ella, se pueden fidelizar, pero siempre es necesario que esa marca se comunique y sea notoria. Los gastos de publicidad se convierten en un camino necesario para consolidar el futuro, pero sólo está al alcance de los mayores. Las empresas medianas y pequeñas pueden compartir marca común y en España existen muchas de ellas, pues no son nada más que eso las denominaciones de origen, las indicaciones geográficas de procedencia o los productos con características tradicionales. Las empresas que comparten esas marcas comunes deben fortalecerlas mediante



las inversiones publicitarias necesarias para que sean notorias y reconocibles.

Otra de las ineficiencias la constituyen las dificultades de abarcar mercados extranjeros. Ya no es que exista otro idioma diferente en ellos, sino que existen diferencias culturales, gastronómicas y de hábitos, que pueden ser muy diferentes, pero que son necesarias conocer para acceder a ellos. Nuevamente este cúmulo de diferencias es más fácilmente abordable desde una empresa grande que no desde una pequeña. También en este caso existen herramientas para superar estas dificultades, tales como la creación de consorcios de exportación o llegar a acuerdos de cooperación con empresas ya operativas en esos mercados, que pueden permitir llegar a conocerlos y a estar presentes en ellos con más rapidez y más eficacia.

Cabe mencionar también que nuestro cliente directo, el sector de la distribución, ha alcanzado unos niveles de concentración tan altos que

le otorgan un gran poder de negociación, que ejerce de forma constante. Eso sería aceptable si se siguieran las reglas de la competencia leal, lo que no ocurre con cierta frecuencia, como lo manifiestan las casi mil denuncias que la industria ha puesto por detectar acciones ilegales de venta con pérdida a lo largo de los últimos 10 años. La Comisión Europea considera que existe posición dominante cuando un comprador adquiere una cuota superior al 20% del mercado, y situación de dependencia económica cuando un proveedor vende un 30% de su producción a un comprador. En España, los dos mayores distribuidores compran ya el 50% de los productos alimenticios elaborados.

La existencia de ese “poder dominante”, que se manifiesta en toda la sociedad, se comprueba en los avatares que se vienen sucediendo en la transposición, en España, de la denominada Directiva de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales. Esta directiva europea pretende que las operaciones comerciales no sirvan para generar ventajas financieras para alguna de las partes; ventajas que, en España, se manifiestan en los larguísimos plazos de pagos que impone la distribución comercial, que son los más largos de Europa, que drenan financiación a los sectores productivos a la vez que generan un riesgo inaceptable, pues los comerciantes llegaban a pagar a los cuatro meses de entregar la mercancías.

La directiva daba un plazo de dos años para su transposición, que cumplían en agosto de 2002 (Gobierno del PP). España no la transpuso y la industria alimentaria inició la denuncia en las instancias europeas. Cuando el Tribunal de Luxemburgo estaba a punto de dictar sentencia condenatoria, el Gobierno (esta vez ya el del PSOE) inició el impulso de una ley de transposición que se publicó el 30 de diciembre de 2004. La redacción de la ley contravenía la directiva, pues disponía que los productos de la alimentación debían pagarse a 30 días (perecederos) o 90 (los demás); plazos que consolidaban la generación de financiación para los comerciantes (la rotación varía entre 15 y 25 días). Nuevamente se han denunciado los hechos a Bruselas, encontrándose el proceso abierto en el Tribunal de Luxemburgo. Por otra parte, la ley contenía una disposición final que mandaba al Gobierno a que presentara al Congreso, a los dos años de entrada en vigor (31 de diciembre de 2006), un informe sobre el grado de cumplimiento y los efectos conseguidos por la ley; informe del que nada se sabe a estas alturas de 2007.



El reto de la inteligencia

He querido entrar en estos detalles para poner de manifiesto que el poder del sector de la distribución no se limita a presionar en las negociaciones, sino que impregna la vida política española, que aparenta obrar a su servicio. Pero a mi juicio, el mayor reto que la industria alimentaria española tiene delante es el reto de la *inteligencia*. En España nos podemos aprovechar de la existencia de una gran diversidad de materias primas de alta calidad, pero nuestra economía no puede competir exclusivamente en precios frente a otras economías que se encuentran en las primeras etapas del desarrollo. Sólo en la UE, la diferencia entre el coste de mano de obra del país más desarrollado con el menos (Alemania y Bulgaria) oscila entre 20 y 1. Los países desarrollados, y España entre ellos, no podemos aferrarnos en competir sólo en precio. Nuestra competencia debe basarse en la *inteligencia*, es decir, en saber aportar valor añadido a nuestros productos mediante la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación, y en la gestión de la complejidad de la cadena de valor.

En este área, y en estos momentos, están incidiendo sobre el sector alimentario tres factores relevantes que, sin duda, también aprovechan las grandes empresas multinacionales: el creciente conocimiento científico entre la relación de los alimentos y la salud, que está promoviendo el desarrollo de productos alimentarios más adecuados a las necesidades de los consumidores (añadir más vida a la vida y mayor bienestar); la posible aplicación a los procesos de fabricación de tecnologías emergentes no pensadas inicialmente para nuestro sector, tales como los pulsos eléctricos, el escáner de baja intensi-

dad, las ondas lumínicas, las altas presiones, las nanotecnologías, los envases activos..., que posibilitan el lanzamiento de productos con una mayor y mejor vida comercial; y, nos guste o no, las implicaciones que finalmente llegarán desde la ingeniería genética, de total aplicación ya en el sector farmacéutico (toda la insulina, la somatotropina u hormona del crecimiento, los antibióticos..., derivan ya de la aplicación de la ingeniería genética). Nuevamente, las empresas de mayor tamaño y las mejor preparadas serán las que podrán aprovechar las enormes posibilidades de crecimiento que en este campo se van a ofrecer. También en este campo existen acciones compartidas relevantes, como son los centros tecnológicos de carácter cooperativo existentes en las conservas vegetales y en las conservas de pescado, que ponen de manifiesto que, incluso en estas áreas, tan complejas y de difícil visualización, pueden acometerse iniciativas de éxito mediante la colaboración de las pequeñas y medianas empresas y el apoyo de las Administraciones públicas próximas.

Todo lo indicado hasta aquí pone de manifiesto que la industria alimentaria ha sido un sector importante en el pasado, con un presente destacable, y que en un futuro, sin duda, complejo y complicado, si sabemos profundizar en el manejo, entre otros, de los instrumentos citados, nos va a permitir que muchas empresas, las mejores, puedan seguir posibilitando que sigamos teniendo un magnífico sector industrial. ■

