

# El sector agroalimentario español gana dinamismo en el exterior

Un destacado perfil exportador y una notable contribución positiva al saldo de la balanza comercial de España son sólo algunos de los atributos que caracterizan al sector agroalimentario español. Cada vez son más las empresas que emprenden una firme apuesta para llevar los productos agroalimentarios españoles a un creciente número de mercados, haciendo frente a incidencias como el veto ruso y, sobre todo, respondiendo a nuevos retos.

Ana Domínguez

El agroalimentario es un sector tradicionalmente muy vinculado a la actividad internacional, principalmente en lo que se refiere a productos cárnicos, de pesca y acuicultura, frutas y hortalizas, aceite de oliva y vino. Es también uno de los sectores que más ha contribuido al avance de las exportaciones españolas en años recientes. Las ventas al exterior de productos alimentarios (incluyendo bebidas) representan más de un 15% de las exportaciones totales. Asimismo, más del 25% de la producción de la industria de alimentación y bebidas se destina hoy al mercado internacional, mientras que quince años atrás dicho porcentaje apenas superaba el 15%. Con esta evolución, las previsiones de la industria sostienen que en el año 2020 la cuota de exportación podría superar el 35%, como recoge el «Informe de Exportaciones de la Industria de la Alimentación y Bebidas 2013: Análisis a medio y largo plazo», publicado por la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB).

Se trata además de un sector exportador neto, cuyo superávit comercial se ha venido incrementando en los últimos siete años, y es por lo tanto



uno de los mayores agentes compensadores del déficit comercial de la economía española.

La industria alimentaria de nuestro país es la principal proveedora de los mercados portugués, mexicano y filipino. En global, España es el sexto mayor exportador de la Unión Europea, situándose sólo por detrás de Alemania, Francia, Italia, Países Bajos y Bélgica. Si bien, en términos de crecimiento (tasa media de crecimiento) registra-

## SEGUROS PARA EMPRESAS



**CUBRA  
CASI  
TODOS SUS  
IMPREVISTOS**

**¿Quién no ha  
derramado alguna vez  
el café sobre la mesa?**

Por momentos como ese será el único por lo que tendrás que preocuparte desde ahora, porque Unicaja le ofrece una amplia gama de Seguros para Empresas que cubren los posibles imprevistos que pueden sucederle en el desarrollo de su actividad profesional.

- SEGUROS DE DAÑOS
- SEGUROS PERSONALES
- SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL
- SEGUROS DE CRÉDITO



## INTERNACIONALIZACIÓN SECTOR AGROALIMENTARIO - LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Ejes	Objetivos
Coordinación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la coordinación y colaboración entre los Departamentos Ministeriales</li> <li>• Mejorar la coordinación y colaboración con las CCAA</li> <li>• Mejorar la coordinación y colaboración con las organizaciones y asociaciones sectoriales</li> <li>• Simplificar trámites administrativos y mejorar los servicios</li> </ul>
Información y formación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar la formación especializada en internacionalización</li> <li>• Facilitar el acceso a la gestión electrónica</li> <li>• Mejorar el conocimiento sobre el grado de internacionalización de las empresas agroalimentarias</li> <li>• Mejorar el conocimiento sobre los mercados exteriores</li> </ul>
Apoyo a la exportación y a la implantación en el exterior	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenciar y mejorar la coordinación en el ámbito de la promoción exterior</li> <li>• Definición de estrategias de actuación</li> <li>• Mejorar la disponibilidad de recursos económicos para la inversión y los riesgos financieros</li> <li>• Apoyo a la presencia y adjudicación de licitaciones internacionales</li> <li>• Incrementar la base exportadora</li> <li>• Incrementar la capacidad exportadora</li> </ul>
Apertura de mercados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias</li> <li>• Defensa ante prácticas comerciales desleales</li> <li>• Defensa de los derechos de propiedad intelectual</li> <li>• Acuerdos con países terceros</li> </ul>

Fuente: MAGRAMA.

do en la última década y en los últimos cinco años, el desempeño español es superior al de otros países comunitarios, de tal forma que en este aspecto se coloca sólo por detrás de Alemania.

### MAYOR VALOR AÑADIDO

La industria española de alimentación y bebidas también ha venido ganando cuota de mercado en términos de valor añadido, lo que es reflejo de su ventaja comparativa. Además, hay que tener en cuenta que su peso en el conjunto de ventas al exterior de España es mayor en términos de valor añadido que en valor de producción bruta, de tal forma que la contribución de las exportaciones de la industria agroalimentaria a la generación de valor es mayor que la que nos ofrecen los datos de ventas exteriores.

Por otra parte, el componente de valor añadido español en los bienes agroalimentarios vendidos al exterior supera el 80% según publica la FIAB a partir de estadísticas de la OCDE. De ahí que también sea elevada la relevancia de este sector de actividad en cuanto a la capacidad de generación de puestos de trabajo en España, tanto directos como indirectos. Así, en el sistema agroalimentario, que integra tanto al sector primario,

como industrial y a los servicios de transporte y distribución asociados, se contabilizan más de 2,3 millones de empleos.

Además, las exportaciones de la industria de alimentación y bebidas están generando efectos positivos en la actividad de otros sectores, incluidas otras industrias, servicios, e incluso en el sector de la construcción. Los segundos, los servicios, tienen una contribución relativamente más destacada (cercana al 38% en valor añadido), lo que denota un mayor nivel de sofisticación de dichas exportaciones.

El grado de integración en las cadenas de producción globales es también alto. Las exportaciones españolas de alimentos incorporan en torno a un 17,6% de contenido importado, situando a España entre los cinco países líderes en cuanto al peso de las importaciones en sus ventas al exterior. Tal porcentaje es superior a la media mundial (12,2%), aunque inferior al del total de la economía española, que se sitúa en el 21%.

### BUEN DESEMPEÑO EN 2014

En cuanto a las empresas españolas que exportaron productos agroalimentarios (incluyendo productos hortofrutícolas, plantas vivas y productos

**SEGUROS PARA EMPRESAS**



**CUBRA  
CASI  
TODOS SUS  
IMPREVISTOS**

¿Quién no ha derramado alguna vez el café sobre la mesa?

Pommes como ese serán lo único por lo que tendrás que preocuparse desde ahora, porque Unicaja le ofrece una amplia gama de Seguros para Empresas que cubren los posibles imprevistos que pueden sucederle en el desarrollo de su actividad profesional.

- SEGUROS DE DAÑOS
- SEGUROS PERSONALES
- SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL
- SEGUROS DE CRÉDITO



de floricultura, tabaco, animales vivos y sus productos, productos cárnicos, pescados y marisco, panadería y otros, grasas y aceites, y lácteos) y bebidas en los diez primeros meses de 2014, éstas superan las 16.350 firmas. Su número se ha incrementado en un 4,6% en relación con el mismo periodo del año anterior, según datos de la Secretaría de Estado de Comercio. Dicho incremento además ha sido mayor en el caso de las empresas que exportan con regularidad (que han exportado en cada uno de los últimos cuatro años), alcanzando el 5,9%, y situándose su número en 8.705 empresas.

Del total de empresas exportadoras un 49,4% han comercializado sus productos en la Unión Europea, principalmente en la zona euro. Dicho porcentaje se eleva al 71,1% cuando la región objetivo es toda Europa. Mientras, al mercado latinoamericano se han dirigido un 17,9% de las empresas, una proporción muy próxima a la de las que operan sólo en Estados Unidos (17,4%), principal destino fuera de Europa. Además, han apostado por Asia (principalmente por China y Japón) un 24,2% de las empresas, y otro 16,8% lo han hecho por el continente africano, destacando el mercado marroquí dentro de éste.

Las exportaciones de productos de alimentación y bebidas (incluyendo el tabaco) alcanzaron los 30.586 millones de euros en esos diez primeros meses de 2014, contribuyendo a la generación de un saldo comercial positivo por importe cercano a los 7.000 millones. Este superávit es un 11,1% superior al contabilizado en el mismo periodo de 2013.

La contribución del sector al crecimiento interanual de las exportaciones totales de España ha sido de 0,7 puntos porcentuales. Destaca la aportación positiva de la partida de «otros alimentos» (0,4 puntos), como consecuencia de sus mayores ventas al mercado italiano y, aunque en menor medida, al estadounidense. También es destacable la contribución de los «productos cáрни-

cos» (0,2 puntos), por sus ventas a Japón, Corea del Sur y China.

#### EL VETO RUSO

Al hacer un balance del sector en 2014 no podemos dejar de hacer referencia al «veto ruso». Cabe recordar que Rusia impuso, el 7 de agosto del año pasado, prohibiciones a la importación de productos agrícolas y alimentarios procedentes de la Unión Europea (también los de Australia, Canadá, EE.UU. y Noruega), en represalia a las sanciones impuestas por la actuación del Kremlin en Ucrania.

Dicha prohibición afecta lógicamente a las exportaciones españolas del sector, siendo España el sexto país comunitario más afectado. La estimación de este efecto negativo se ha cifrado en unos 338 millones de euros para nuestro país. No en vano, entre las quince principales partidas exportadas por España a Rusia en 2013 se encuentran: frutas sin conservar (puesto 4 del ranking, representando un 5,6% de las exportaciones totales a Rusia), carne y despojos comestibles (6ª posición; 4,1%), conservas de verdura o fruta y zumo (11; 3,2%), y legumbres y hortalizas sin conservar (14; 2,6%). Unas partidas que sumaron 434,7 millones de euros en exportaciones al mercado Ruso en dicho año.

Sin embargo, en los diez primeros meses de 2014 (últimas estadísticas disponibles) sólo dos de las citadas partidas integran la cesta exportadora española: frutas sin conservar y conservas de verdura o fruta y zumo. No obstante, su comportamiento ha sido heterogéneo. La primera pierde peso relativo en relación con las exportaciones de un año antes (enero – octubre de 2013), pasando de representar un 5,5% del total exportado, a un 4,7%. Mientras, las conservas de verdura o fruta aumentan su peso y responden por el 4,3% de las ventas entre enero y octubre de 2014, frente al 3,1% del mismo periodo del año anterior.

**SEGUROS PARA EMPRESAS**



CUBRA  
CASI  
TODOS SUS  
IMPREVISTOS

**¿Quién no ha  
derramado alguna vez  
el café sobre la mesa?**

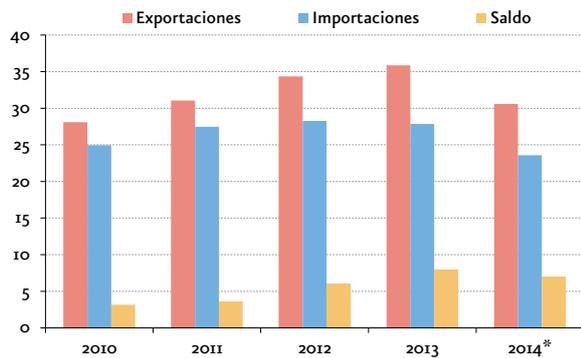
Por momentos como ese serán lo único por lo que tendrás que preocuparse desde ahora, porque Unicaja le ofrece una amplia gama de Seguros para Empresas que cubren los posibles imprevistos que pueden sucederle en el desarrollo de su actividad profesional.

- SEGUROS DE DAÑOS
- SEGUROS PERSONALES
- SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL
- SEGUROS DE CRÉDITO



## Balanza comercial del sector agroalimentario español

(miles de millones de euros)



\* Datos hasta octubre, provisionales.

Fuente: Afi a partir de Secretaría de Estado de Comercio.

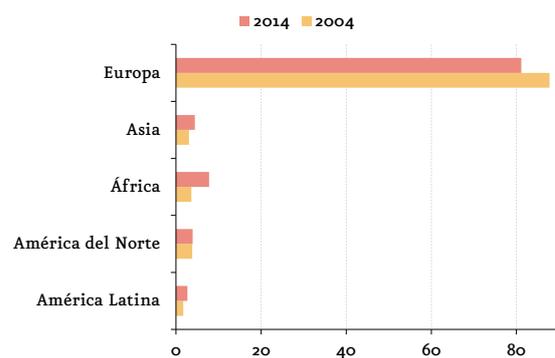
Sin duda, ha sido la carne el producto agroalimentario que ha sufrido en mayor medida el cierre del mercado ruso. El valor de sus exportaciones a este mercado en los diez primeros meses de 2014 fue de tan sólo 6,7 millones de euros, cuando un año antes habían alcanzado los 113 millones. Pero no por ello ha dejado de vender menos al exterior. Todo lo contrario, en ese periodo se produjo un incremento del 9% en sus ventas internacionales. A pesar del veto ruso las exportaciones representan un 40% en las ventas del sector ganadero, según recientes declaraciones de la ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Isabel García Tejerina. Desde su Ministerio se está promoviendo la búsqueda de mercados alternativos para la comercialización de los productos cárnicos de origen español y aprovechar las buenas perspectivas de crecimiento del consumo de carne para las próximas dos décadas, sobre todo en los mercados asiático y africano.

### RETOS SECTORIALES

Además de alcanzar un 35% de ventas al exterior sobre la producción industrial de alimentos y bebidas en el año 2020, el sector agroalimentario es-

## Distribución geográfica de las exportaciones agroalimentarias

(% de exportaciones)



Nota: datos de exportaciones de enero – octubre del año dado.

Fuente: Afi a partir de Secretaría de Estado de Comercio.

pañol se enfrenta a otros retos. En este sentido, ha de seguir ampliando su base exportadora, así como diversificando su cartera de productos vendidos al exterior y los mercados de destino de los mismos. No hay que olvidar que la Unión Europea sigue concentrando un peso dominante entre sus clientes. De ahí el reto por el que sigue luchando el sector para impulsar su presencia en otros mercados fuera de la UE, ganando cuota de mercado en Asia, América Latina y África.

La pequeña dimensión que caracteriza a muchos de los productores españoles supone un importante limitante en la apuesta por la internacionalización. Por ello, un aspecto fundamental para seguir dando soporte a la creciente expansión exterior sectorial viene dado por una reconfiguración estructural de la oferta y la promoción de los grupos comercializadores, con capacidades para actuar en toda la cadena agroalimentaria y a nivel internacional. Se habla entonces de impulsar la constitución de las denominadas «Entidades Asociativas Prioritarias».

Por otra parte, la apuesta por la innovación y la adaptación a las necesidades particulares de los consumidores, incluidos los que se localizan en geografías más distantes, no puede decaer. Así, en

**SEGUROS PARA EMPRESAS**

CUBRA  
CASI  
TODOS SUS  
IMPREVISTOS

¿Quién no ha derramado alguna vez el café sobre la mesa?

Pommes como ese serán lo único por lo que tendrás que preocuparte desde ahora, porque Unicaja te ofrece una amplia gama de Seguros para Empresas que cubren los posibles imprevistos que pueden sucederle en el desarrollo de su actividad profesional.

- SEGUROS DE DAÑOS
- SEGUROS PERSONALES
- SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL
- SEGUROS DE CRÉDITO

el seno del sector se acogen discusiones sobre nuevas tendencias e instrumentos para la explotación de información masiva de datos, como es el Big Data. A medida que podemos disponer de datos más abundantes a lo largo de la cadena de valor agroalimentaria, es posible realizar análisis y previsiones de demanda de productos con características específicas, con la finalidad de dar una mejor respuesta a las demandas de los sucesivos eslabones de la cadena, incluyendo el consumidor final. Ante un panorama en el que la acción de consumo puede ubicarse en cualquier lugar e instante, el Big Data puede representar el vehículo para la optimización de procesos, ganancias de eficiencia, así como la identificación de nuevas oportunidades de negocio, tanto en el plano doméstico como internacional.

Desde instancias del sector público español, y bajo la batuta del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, se han perfilado unas Líneas Estratégicas para la Internacionalización del Sector Agroalimentario. Éstas pivotan so-

bre cuatro grandes ejes de actuación: (i) coordinación entre todos los organismos e instituciones, (ii) información y formación especializada para las empresas, (iii) apoyo a la exportación y a la implantación en el exterior, y (iv) apertura de mercados. En este marco estratégico ya definido en 2013 se han venido realizando diversas acciones. En concreto, respecto al último eje, de apertura de mercados, y en relación con un elemento esencial para la exportación de productos agroalimentarios como son los certificados sanitarios, cabe indicar que se han firmado acuerdos para la obtención de 78 certificados que favorecen la comercialización de distintos productos de origen animal. A su vez, han sido revisados 43 certificados, lo que se traduce en una flexibilización de los requisitos sanitarios establecidos. Ahora también es más extensa la lista de establecimientos agroalimentarios españoles autorizados para vender a mercados como el estadounidense, el chino, o el brasileño, entre otros ::

## SEGUROS PARA EMPRESAS



**CUBRA  
CASI  
TODOS SUS  
IMPREVISTOS**

**¿Quién no ha  
derramado alguna vez  
el café sobre la mesa?**

Por menores como ese serán lo único por lo que tendrá que preocuparse desde ahora, porque Unicaja le ofrece una amplia gama de Seguros para Empresas que cubren los posibles imprevistos que pueden sucederle en el desarrollo de su actividad profesional.

- SEGUROS DE DAÑOS
- SEGUROS PERSONALES
- SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL
- SEGUROS DE CRÉDITO

