



COMUNICACIÓN

MAGNITUDES ECONOMICAS DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA DE LA COMUNIDAD DE MADRID

Ricardo Oteros

Presidente de la Asociación de Empresarios de Alimentación de la Comunidad de Madrid

Aunque las reflexiones que se incluyen en esta comunicación serán de tipo cualitativo, intentando describir las características más destacables de nuestra industria alimentaria, es muy importante destacar el relevante papel de la misma desde el punto de vista cuantitativo.

Según los datos aportados por la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, el conjunto de la industria agroalimentaria de la Comunidad de Madrid supone un 6,5% del total del PIB, con un volumen de negocio de 4358 millones de Euros.

La industria agroalimentaria es un sector estratégico, como garantía de suministro de alimentos en óptimas condiciones de seguridad y calidad.

En el año 2000, la participación de la industria agroalimentaria de la Comunidad de Madrid supuso, con respecto al total de la industria agroalimentaria nacional, el 6,59% de las ventas, el 6,72% de las personas empleadas, el 8,04% del PIB, EL 5,69% del consumo de materias primas, el 8,31% de los gastos de personal y el 4,41% de las inversiones en activos materiales.

El empleo directo generado por la industria agroalimentaria de nuestra Comunidad, formada por 1674 empresas, es de 24390 personas. La mayoría de las industrias agroalimentarias de nuestra región son PYMES, pequeñas o muy pequeñas, en su mayoría de carácter familiar. El 94,6% son pequeñas empresas con menos de 50 empleados, el 3,8% son medianas empresas (50-200 empleados) y el 1,6% son grandes empresas con más de 200 empleados. En este sentido se observa un nivel de atomización similar al del resto de España, aunque se aprecia una reducción paulatina de este nivel de atomización. Desde 1995 hasta 2000 la reducción del número de empresas agroalimentarias de nuestra comunidad fue de 269 lo que supone un 13,8% del total.

Un dato relevante a destacar es la importancia relativa en el PIB de la industria de transformación en comparación con la agricultura y ganadería. El crecimiento y consolidación de la industria agroalimentaria de la Comunidad de Madrid se viene potenciando con la mejora continua en la transformación y comercialización de productos agrarios y ganaderos procedentes tanto del sector primario de nuestra Comunidad como de otras Comunidades o importados. Del 6,5% de participación en el PIB de la Comunidad, tan solo el 0,5 % corresponde a agricultura y alimentación siendo el resto aportado por la industria de transformación. Además se observa un cambio en la función tradicional del sector primario, que pasa de ser abastecedor de bienes finales al consumidor al suministro de materias primas a la industria agroalimentaria, lo que conlleva una dependencia recíproca de ambos sectores.

En cuanto a la distribución por subsectores, los más importantes son por orden de volumen de ventas la industria cárnica con el 20,05% del total seguida de Agua y Bebidas analcohólicas con el 18,37%, la industria láctea con el 16,40 % y la industria del pan con el 11,94%. Por número de personas ocupadas, el primero es el sector de pan-pastelería y galletas, seguido de la industria cárnica e industria láctea.

Otros datos interesantes de la industria son (datos del año 2000):

- Las ventas de productos por persona ocupada ascendieron en el año 2000 a 150000 euros.
- Los gastos de personal por venta de producto fueron el 17,12%,
- El consumo de materias primas sobre venta de producto fue del 49,77%.
- La productividad (valor añadido / persona ocupada) fue de 45256.- euros. (3ª comunidad autónoma)
- El excedente de explotación (valor añadido – gastos de personal) fue de 45822.- (5ª comunidad autónoma).
- El margen bruto (Excedentes de explotación /Ventas netas producto) * 100, fue del 12,49% (5ª comunidad autónoma).

Con respecto a las inversiones tenemos que destacar el importante esfuerzo inversor que viene realizando el sector de cara a la modernización de equipos e instalaciones.

El ritmo de inversiones de la industria agroalimentaria de la Comunidad de Madrid ha crecido en los últimos años casi duplicándose desde los 64,77 millones de euros del año 1995 hasta los 115,10 millones del año 2000 (según los cuadernos de información económica sobre la industria agroalimentaria). Los sectores más activos han sido el cárnico, pan, pastelería y galletas, lácteo y bebidas analcohólicas.

Una vez descritas las principales cifras macroeconómicas relativas a la industria agroalimentaria de nuestra comunidad, me gustaría realizar una serie de reflexiones, mas de tipo cualitativo, sobre la situación actual y perspectivas hacia el futuro.

Cuando se realiza un análisis de nuestra industria, necesariamente lo primero que debemos tener en cuenta son las características de nuestro entorno económico así como las nuevas tendencias de consumo. Con respecto al entorno económico la Comunidad de Madrid, con más de 5 millones de habitantes se constituye como una de las regiones urbanas europeas. En un reciente estudio de la Dirección General de Economía e Innovación Tecnológica se señala que la región de Madrid ocupa una posición cercana a una veintena de aglomeraciones urbanas europeas considerando volúmenes absolutos del PIB, consumos de energía eléctrica, etc. El estudio pone de manifiesto que Madrid se sitúa entre las regiones urbanas con un mayor grado de terciarización con algo más del 70% de sus trabajadores empleados en el sector servicios. Además, la importante mejora de infraestructuras, la posición estratégica de la Comunidad así como el dinamismo mostrado en los últimos años por su economía, hacen de nuestra región un espacio económico de primer orden.

Este nuevo contexto económico determina importantemente los nuevos retos de la industria agroalimentaria de Madrid. En primer lugar dispone del mercado más grande y concentrado del país y al mismo tiempo disfruta de las ventajas que suponen todas las externalidades generadas por el desarrollo económico de la región tales como infraestructuras, servicios de todo tipo, centros de investigación, mano de obra cualificada, etc.

De la misma forma que este contexto económico se convierte en una fuente de oportunidades, exige un esfuerzo a las empresas por mejorar su competitividad con objeto de subsistir. El mayor costo de los activos materiales y humanos derivados del escenario económico descrito, hacen cada vez más necesario que las empresas de nuestro sector hagan uso de las externalidades mencionadas (investigación, acceso a mano de obra cualificada, infraestructuras) para ser competitivas y subsistir.

En otras palabras, el esquema de empresa muy tradicional, con sistemas arcaicos de producción, mano de obra no cualificada etc., es un esquema que tiende a desaparecer. Teniendo en cuenta que gran parte de las 1674 empresas de nuestra comunidad son pequeñas empresas, muchas de ellas tradicionales, nos enfrentamos ante un importante reto de modernización.

Sin duda la atomización del sector conlleva una dificultad en el crecimiento, desarrollo de I + D, mejora en la gestión comercial, etc.

En cuanto a las inversiones, el sector debe seguir realizando un esfuerzo inversor dirigido fundamentalmente a:

- Garantizar la seguridad y calidad alimentaria.
- Desarrollo de sistemas de trazabilidad.
- Apostar por la innovación, referida tanto a la creación de nuevos productos, como a la implantación de nuevas tecnologías.
- Buscar un compromiso hacia la protección del medio ambiente (cumplimiento de la normativa medioambiental) y prevención de riesgos laborales.

En cuanto a las nuevas tendencias de consumo, podríamos destacar los siguientes aspectos:

- Se observa una alteración en los hábitos de consumo y del nivel de exigencia del consumidor.
- Aumento del consumo fuera del hogar. Los incrementos de renta, una vez que se han satisfecho las necesidades básicas, se dedican a actividades de ocio y esparcimiento. El mayor poder adquisitivo conduce a nuevos estilos de vida.
- Demanda de productos de mayor calidad, así como de mayores garantías higiénico-sanitarias.
- Impulso del consumo interno en los últimos 5 años.
- Dietas equilibradas, dietas mediterráneas.
- Incremento en gasto total de alimentación.

A pesar de su importancia económica y social, la industria agroalimentaria de nuestra región es bastante desconocida o no asociada a la región por los consumidores. Este hecho ha dificultado la promoción genérica de los alimentos producidos por nuestras empresas. Podemos señalar, entre otras, las siguientes causas de este hecho:

- Un desconocimiento de la importante industria de transformación radicada en nuestra comunidad.
Tradicionalmente se consideraban productos agroalimentarios de Madrid los derivados de materias primas producidas en la comunidad por el sector primario como el vino, aceitunas, etc. El resto de productos procesados de sectores tan importantes como cárnicos, pan y bollería, etc, no eran relacionados fácilmente con nuestra región.
- La falta de campañas de promoción de los productos agroalimentarios de Madrid hasta hace muy pocos años. Este hecho se manifiesta en la falta de conocimiento mostrado por cadenas de distribución y consumidores sobre la oferta global de nuestra industria.
- El bajo nivel de asociacionismo y representación mostrado por nuestra industria, lo que ha dificultado en parte, la coordinación de actividades de promoción. Este hecho, como veremos más adelante, también ha dificultado la articulación de actividades de formación, innovación, etc.

La industria agroalimentaria madrileña presenta una amplia oferta en la que están representados prácticamente todos los sectores de producción. Además, dentro de esta oferta, nuestra comunidad dispone del mayor mercado europeo de alimentación perecedera MERCAMADRID, que no es solo un gran mercado de productos percederos al por mayor, sino que se ha convertido en un centro de negocios por excelencia de la alimentación fresca y que abastece a más de 9 millones de habitantes.

Otro de los retos importantes de nuestra industria es el afrontar los cambios producidos en los mercados. Fundamentalmente los procesos de concentración de las empresas de distribución alimentaria. Este fenómeno de concentración, que empieza a observarse ligeramente en otros canales como el sector HORECA, esta restringiendo la oferta de productos enormemente, basada fundamentalmente en productos de grandes marcas y grupos multinacionales. La concentración de la distribución alimentaria así como las marcas blancas desarrollas por la

misma implica un enorme desequilibrio del poder de negociación, a su favor, frente a la industria agroalimentaria. Cada vez son más las dificultades de las medianas y pequeñas empresas para poder comercializar sus productos al no tener acceso a estos canales. Estas restricciones suponen, en cierto modo, un empobrecimiento de la oferta alimentaria al consumidor final.

La industria comienza a diversificar la canalización de su producción comenzando a especializarse en el aprovisionamiento a la hostelería y la restauración. La demanda del sector HORECA implica que nuestras industrias lleven a cabo un importante proceso de segmentación puesto que las necesidades son, todavía hoy, muy heterogéneas (demanda muy segmentada).

Otras actividades a desarrollar por nuestro sector, en este sentido, pasan por:

- Potenciar la fidelización del cliente, mediante el acercamiento de la industria a las necesidades del consumidor.
- Generar nuevos productos y conceptos de gestión (nuevas maneras de hacer las cosas), anticipándose a las tendencias mediante la generación constante de ideas y búsqueda de soluciones innovadoras.
- Adaptación de la industria al nuevo escenario resultante de la Unión económica y monetaria como potencia comercial y principal destino de las exportaciones de la industria agroalimentaria.
- El redimensionamiento, es decir, adaptación a tamaños óptimos de producción.
- La especialización, el aprovechamiento de las ventajas diferenciales (dieta mediterránea, etc).
- La búsqueda conjunta (con otras empresas del sector) de nuevos canales de comercialización y la adecuada promoción de nuestros productos.

En el reto de modernización mencionado anteriormente, juega un papel importante el nivel de formación, tanto de los cuadros directivos de las empresas, como la de los trabajadores.

Como hemos señalado anteriormente, la mayor parte de la industria agroalimentaria madrileña son PYME familiar, con una mano de obra poco cualificada. En diferentes estudios realizados por nuestra asociación, se han puesto de manifiesto las carencias formativas en nuestro sector,

comenzando por los propios directivos, muchos de ellos “hechos a sí mismos”. La definición de unos programas de formación “ad hoc” para este gran número de empresarios debe convertirse en una de nuestras prioridades. Asimismo, resulta difícil reclutar mano de obra cualificada, específicamente formada para nuestro sector. En este sentido, además de los diferentes planes de formación continua existentes es importante solicitar de las instituciones de educación que tengan en cuenta estas carencias a la hora de diseñar los perfiles y profesiones de la formación profesional.

Siguiendo con los retos de nuestra industria, juegan un papel fundamental la innovación tecnológica y la calidad.

Si tomamos como referencia los datos globales ofrecidos por el Ministerio de Economía con respecto a la innovación e I + D, según los cuales los indicadores estadísticos señalan que, en España, el porcentaje de PYME con innovación interna es la mitad que la media europea (21,6% en España, 44% en Europa), que nuestras PYME cooperan para innovar un 4,2% menos y que llevan a cabo un esfuerzo en innovación un 35% menor que sus homólogas europeas (el 2,4% de la cifra de ventas, frente al 3,7%), nos damos cuenta de la enorme tarea de modernización que debemos afrontar.

La competitividad y supervivencia de nuestras empresas pasan por aplicar procesos innovadores y desarrollar productos de calidad, de acuerdo con los nuevos requerimientos del mercado. Especialmente la calidad se convierte en una exigencia para empresas de reducida dimensión donde su factor de competitividad derivará de su especialización en nichos de mercado o aprovechamiento de ventajas competitivas en función de su ubicación, tamaño, servicio, etc.

No cabe ninguna duda de la necesidad de utilizar nuevas tecnologías tanto en el ámbito de la producción como en el del diseño, implantación de sistemas de calidad, innovación en los procesos de gestión y organización, la cooperación etc.

Aunque somos conscientes que todos estos procesos de modernización son responsabilidad y deben ser emprendidos por nuestras empresas, las políticas oficiales de promoción de la transformación y comercialización de los productos agroalimentarios mediante las líneas de ayuda a la industria cofinanciadas por la Comunidad de Madrid, el estado español a través del Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación y los diversos fondos estructurales de la Unión

Europea (FEOGA, FEDER, IFOP), se convierten en herramientas fundamentales de apoyo, sin las cuales muchas empresas sufrirían enormes dificultades a la hora de afrontar estos procesos.

Siguiendo con el análisis general de las características de nuestra industria, observamos un bajo nivel de asociacionismo y cooperación interempresarial. La inexistencia de asociaciones fuertes impide la necesaria coordinación de actividades y políticas que faciliten la interlocución con las Administraciones Públicas y otros organismos. Los nuevos retos derivados de la globalización de la economía hacen necesaria, más que nunca una cooperación empresarial en todos los ámbitos, como son la investigación, comercialización, promoción, aprovisionamiento, gestión, etc.

En resumen, nuestras empresas deben afrontar los retos de la nueva economía globalizada. La empresa agroalimentaria de nuestra comunidad debe ser una empresa innovadora, que utilice las últimas tecnologías, que prepare a sus cuadros directivos y trabajadores para enfrentarse al reto de la competitividad, que sepa afrontar los nuevos retos del mercado, cuyo horizonte sea siempre la calidad. En este camino debe, cada vez mas, apoyarse en el resto de su sector participando en las organizaciones y asociaciones gremiales. Las Administraciones Públicas deben seguir apoyando decididamente estos procesos de modernización de nuestro sector.

De esta forma nuestro sector podrá seguir consolidándose como un sector estratégico, tanto desde el punto de vista de su aportación a la producción y generación de empleo, como de su repercusión social.