España es ya el cuarto exportador agroalimentario de la UE

La Cátedra Global Nebrija-Santander en Internacionalización de Empresas, dirigida por Gonzalo Solana, presentó el libro *Internacionalización empresas alimentación gran consumo* en el campus de Madrid-Princesa de la Universidad Nebrija.

En la clausura del acto, Luis Planas, ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, valoró la importancia estratégica del sector agroalimentario español, que alcanza en torno al 10 % del PIB nacional y genera más de 2,8 millones de empleos. También subrayó la gran vocación exportadora de este sector, con un valor de 57.444 millones de euros en el año móvil hasta agosto de 2021 y un incremento del 8,1 % respecto al mismo periodo del año anterior. Esto supone una aportación a la balanza comercial de cerca de 20.000 millones de euros de saldo positivo, un impulso que sitúa a España como el cuarto mayor exportador agroalimentario de la Unión Europea y el octavo del mundo.

El ministro consideró la internacionalización como un “motor para el desarrollo que aporta solidez y diversificación” en el comercio global de alimentos y bebidas, generando riqueza y oportunidades. “Es un sector de presente y de futuro”, puntualizó. En la última década, las exportaciones agroalimentarias españolas han crecido un 66,7 %, mientras que las importaciones

lo han hecho un 24,7 %. Cada vez son más las empresas que exportan: en 2020, cerca de 18.000 empresas españolas exportaron productos agroalimentarios, un 18 % más que en 2011.

Sobre los acuerdos comerciales de la Unión Europea con países terceros, Planas consideró fundamental que se establezca un equilibrio entre los altos estándares de seguridad alimentaria, derechos laborales, bienestar animal y respeto al medio ambiente que se exigen a los productos comunitarios con los procedentes de países de fuera de la UE. El ministro certificó que España está en permanente contacto con la Comisión Europea para que se cumplan las medidas recogidas en los acuerdos comerciales y para que incluya en ellos las “clausulas espejo”.

La digitalización y la innovación, “imprescindibles para seguir creciendo de una manera sostenible”, la promoción de los productos españoles y la participación en las ferias internacionales fueron otros de los asuntos tratados por Luis Planas.

“Papel estratégico”

Antes de las palabras del ministro, Lorena Ruiz Ponce, directora de Negocio Agroalimentario del Banco Santander España, indicó que el sector agroalimentario, que cumple “un papel estratégico en la sociedad”, ha de posibilitar la transformación digital. “La presencia de Banco Santander en el sector se define con dos palabras: cercanía y digitalización”, añadió.

Desde hace más de veinte años. la Cátedra Global Nebrija-Santander en Internacionalización de Empresas divulga los procesos de internacionalización de las empresas. Después de publicar diferentes libros de investigación sobre el patrón de internacionalización de empresas españolas en mercados emergentes, la Cátedra comenzó en 2020 la colección *Cuadernos de internacionalización de empresas*. De acuerdo con Gonzalo Solana, “el objetivo de esta iniciativa es profundizar en el conocimiento de las estrategias de expansión internacional seguidas por las empresas españolas, tanto desde la perspectiva comercial como inversora”, y que sirvan de ejemplo a otras firmas. El director de la Cátedra Nebrija Santander en Internacionalización de Empresas destacó la importancia del sector agroalimentario, que concentra el 20 % de las exportaciones españolas y ha ganado más de cinco puntos en los últimos años. Estas cifras reflejan “el enorme esfuerzo” de internacionalización de nuestras empresas que repercuten en variables como la creación de empleo y el bienestar de los ciudadanos.

Verónica Puente, directora de Internacionalización de FIAB, de regreso de Dubái en la que representó los intereses de veinte empresas del sector del dulce, mostró su satisfacción por la vuelta de ferias como Alimentaria, el salón líder de alimentación, bebidas y gastronomía, en 2022, y la visita de empresas internacionales a España. Aparte de citar las acciones de FIAB en formación y colaboración con las instituciones públicas y privadas, Puente quiso agradecer públicamente “la gran labor” de las empresas que durante la pandemia han garantizado y todavía garantizan el abastecimiento de comida y bebida.

Dada la importancia del sector agroalimentario en el PIB, el empleo y el comercio exterior de España, el libro *Internacionalización empresas alimentación gran consumo*, que puede consultarse en la página electrónica de la Cátedra y que cuenta con la colaboraron de FIAB (Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas) y Santander Universidades, analiza el caso de cuatro empresas punteras: Agrosevilla (dedicada a la producción, envasado y comercialización de aceite de oliva y aceitunas), Maheso (dedicada a los productos congelados preparados y precocinados), CAPSA Food (fabricación de productos lácteos y sus derivados) y Panamar (fabricación y distribución de pan precocido y bollería dulce y salada procedente de masas congeladas).

Transformación y riesgos

Representantes de estas cuatro empresas contaron en una mesa redonda las experiencias de internacionalización emprendidas en sus organizaciones. Todos explicaron la transformación y los riesgos que acometieron en sus procesos de exportación. Entre las cuestiones primordiales lanzadas por Gonzalo Solana en el debate, Finbarr González, director de Marketing de Agrosevilla manifestó que cada mercado necesita una “estrategia propia”; por ejemplo, el concurso de un socio para países de fuera de la Unión Europea que colabore en el terreno para superar barreras legales y temas técnicos y hacer frente a diversas contingencias que puedan surgir. La adaptación a los mercados de destino también es clave, como lo reflejó Rubén Frade, responsable de exportación de CAPSA Food, que exporta sus productos lácteos a países como Angola, Mauritania o China.

Por su parte, David Aldea, consejero delegado de Maheso, afirmó que “normalmente las civilizaciones han ido creado la gastronomía con lo que tenían alrededor, pero en un mundo global somos más inclusivos en la restauración”. La innovación fue otro de los elementos que salieron a colación. En este sentido, Aldea recordó que “innovar también significa equivocarse y asumir riesgos”.

En la mesa redonda de los protagonistas del libro de la Cátedra, Juan Asensi, director regional de ventas de Panamar, alertó del problema en el comercio internacional de la crisis de los contendores, que provocará “que haya productos que los clientes vayan a decidir no comprar porque la subida de precios ha sido muy elevada”.

Colaboración público-privada

A la presentación del volumen *Internacionalización empresas alimentación gran consumo t*ambién acudieron José Muñiz, rector de la Universidad Nebrija, y Mauricio García de Quevedo, director General de FIAB. Muñiz, además de resaltar la participación académica y empresarial, la dialéctica entre lo básico y lo aplicado y la colaboración público-privada, tildó el libro de “excelente y oportuno en el tiempo”. Asimismo, García de Quevedo hizo hincapié en la relevancia en el sector agroalimentario de los procesos de internacionalización, donde el 30 % de la producción se

exporta. A pesar del “difícil “contexto internacional avivado por el Brexit, el aumento del precio del combustible o los problemas arancelarios, el director general de FIAB demostró la mejoría del comercio exterior español y de sus empresas exportadoras, que, “con su capacidad de resiliencia van a ser el motor de la recuperación económica”.