



Universidad de Valladolid

Facultad de Medicina

Grado en Nutrición Humana y Dietética

Curso Académico: 2013-2014

*El sector agroalimentario en el
comercio exterior español:
Oportunidades y retos*

Presentado por:

Ester López Molpeceres

Tutelado por:

Belén Miranda Escolar

Valladolid, 30 de Junio de 2014

“Cuando una nación se obliga por medio de un Tratado a permitir en sus dominios la introducción de algunos géneros de cierta Provincia Extranjera, prohibiéndola al mismo tiempo con respecto a todas las demás naciones,...., aquella Provincia en cuyo favor se concede esta franquicia, o a lo menos sus Comerciantes y Manufactores granjean una ventaja”.

Adam Smith, *Investigación de la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones*, Libro IV, Capítulo VI, 1776.

Resumen

Desde hace más de cuatro siglos, gracias a la preocupación de un grupo de individuos que conformaron una corriente de pensamiento económica, denominada *mercantilismo*, sobre cómo podía mejorar la economía nacional a partir de los intercambios comerciales con otros países, se establece de forma definitiva el concepto de *comercio internacional*; si bien, años más tarde dos de los autores más representativos de la *Escuela Clásica*, Adam Smith y David Ricardo, afianzan y refuerzan este concepto.

Una vez conocidos los antecedentes teóricos del *comercio internacional*, y después de evaluar cómo se ha comportado el comercio exterior del sector agroalimentario español en los últimos quince años, se concluye que las exportaciones han ido incrementándose año tras año en casi todos los *subsectores* pero más intensamente en unos (frutas y hortalizas) que en otros, alcanzándose cifras históricas que lo sitúan como uno de los sectores con mayor capacidad para contribuir a la estabilidad económica del país y devolverlo a la senda del crecimiento.

Estos resultados han llevado al gobierno español, desde el *Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente*, a impulsar una serie de actuaciones encaminadas a apoyar a las empresas y empresarios del sector que decidan internacionalizarse, permitiendo con ello consolidar al sector agroalimentario español en los mercados exteriores y afianzar su reconocimiento y valoración internacional, al objeto de que continúe siendo un pilar fundamental de la recuperación económica de España.

Palabras clave: balanza comercial agroalimentaria; comercio internacional; competitividad; exportaciones; sector agroalimentario.

Índice general

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. Interés del tema que nos ocupa.....	5
1.2. Objetivos	8
1.3. Metodología	8
2. EL COMERCIO INTERNACIONAL EN LA HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO: ANTECEDENTES	10
3. EL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS: EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS	14
4. ACCIONES ENCAMINADAS A POTENCIAR EL SECTOR AGROALIMENTARIO ESPAÑOL EN EL EXTERIOR	22
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	26
5.1. Conclusiones.....	26
5.2. Recomendaciones	28
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	28
Notas de prensa.....	29

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Evolución de la balanza comercial agroalimentaria española.....	18
--	----

Índice de Tablas

Tabla 1. Productos agroalimentarios españoles exportados en 2012	19
Tabla 2. Evolución de los principales productos agroalimentarios españoles.....	20

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Interés del tema que nos ocupa

La elección del tema del *Trabajo Fin de Grado* que hoy presentamos se ha visto condicionada fundamentalmente por tres razones: la primera es que como futura profesional en el campo de la nutrición humana y la dietética sé bien lo importante que es la alimentación para disfrutar de una vida larga y saludable; la segunda se basa en el hecho de que mis raíces se hallan en un pueblo y una familia de agricultores; y la última, y quizá más importante, porque tengo constancia de la relevancia que ha ido adquiriendo el comercio exterior para España y, en especial, el de productos agroalimentarios, durante estos años de profunda crisis económica.

Para desglosar un poco más estas motivaciones que me han llevado hasta la elaboración del presente *Trabajo*, empezaré señalando que han pasado ya cuatro años desde que comencé mi andadura en el *Grado de Nutrición Humana y Dietética* de la Universidad de Valladolid. Sin embargo, tenía claro desde hacía tiempo que esos eran los estudios que yo quería cursar, por lo que mi interés por los temas relacionados con la alimentación y la salud venía de lejos. He de reconocer que a medida que iba adquiriendo los conocimientos y las competencias que proporciona el *Grado* este interés se ha ido acrecentando mucho más.

Como sabemos, el ser humano no es capaz de crecer, desarrollarse y, sobre todo, sobrevivir sin alimentarse. Para que puedan llevarse a cabo especialmente las dos primeras funciones, los alimentos que incluyamos en nuestra dieta deberán ser saludables, de calidad, seguros y variados. Esto solo es posible si a lo largo de toda la cadena alimentaria (*producción-transformación-comercialización-distribución-consumo*) los productos son sometidos a rigurosos procesos de seguimiento y control que se encargan de garantizar la higiene, salubridad y calidad de los alimentos que llegan a nuestra mesa. España, al igual que otros Estados miembro de la Unión Europea, cumple estrictamente estos requerimientos, lo que no quiere decir que, en ocasiones, hayamos sido víctimas de crisis alimentarias que casi siempre se saldan con el cierre de las fronteras a los productos exportados para evitar que el problema se propague más allá del lugar en el que se originó¹.

¹ Conviene recordar las consecuencias económicas irreparables que tuvo la crisis de “los pepinos” en Alemania para muchas explotaciones hortícolas españolas, que asistieron atónitas al cierre de las

Otra de las razones que me condujo a elegir este tema para mi *Trabajo Fin de Grado* exige ahondar en mis raíces, en el lugar en el que he nacido y me he criado: Cogeces del Monte. Un pequeño municipio de la provincia de Valladolid, situado a 42 kilómetros de la capital, con 768 habitantes, según el último *Padrón Municipal* publicado por el *Instituto Nacional de Estadística*. Su principal fuente de ingresos y, por lo tanto, el motor que sustenta la economía de la zona, es la agricultura, aunque también la ganadería y otras actividades del sector servicios conforman su tejido productivo. La patata, la remolacha (destinada casi en su totalidad a la producción de azúcar), la cebada y el trigo, son sus cultivos más representativos, destacando en ganadería el bovino y, sobre todo, el porcino.

Mi padre, al igual que otros muchos hombres de este pueblo, se dedica a la agricultura, lo que me ha permitido conocer desde muy pequeña los diferentes tipos de cultivos, las características de cada uno de ellos, los tiempos de siembra y recogida,... aunque todavía me queda mucho por aprender. Haber estado tan familiarizada con el mundo de la agricultura desde mi infancia y el hecho de que el soporte económico de mi familia se haya basado en la producción de alimentos despertó mi interés por querer conocer más del sector agroalimentario y todo lo que le rodea, en especial aquellos aspectos que le permitan mejorar su competitividad y ganar cuota de mercado.

Finalmente, el tercer motivo que me ha llevado a decantarme por este tema lo constituye el hecho evidente de que el sector exterior se ha convertido en uno de los pilares fundamentales para devolver a la economía española a la senda del crecimiento, y dentro de él los productos agroalimentarios y la gastronomía han adquirido un lugar primordial. El sector agroalimentario español ha demostrado resistir mejor que ningún otro el brusco cambio de ciclo económico que aconteció en septiembre de 2007, con la caída de *Lehman Brothers*, consolidándose como uno de los pilares que sustentará el incipiente crecimiento económico que ya está empezando a vislumbrarse desde el último trimestre de 2013, no sólo por su importancia en el

fronteras de muchos países a las exportaciones de sus productos. Una vez que el daño ya estaba hecho, se descubrió finalmente que el origen del problema estuvo en la bacteria *E.coli* que se encontró en una granja de la Baja Sajonia dedicada a la producción de brotes de soja ecológica.

Producto Interior Bruto (PIB) o en el empleo² sino, también, por su presencia cada vez mayor en los mercados internacionales³.

Es un hecho indiscutible que el comportamiento de las exportaciones durante este tiempo ha impedido que se entrara en una espiral de la crisis aún más profunda. Los principales analistas y organismos económicos internacionales (*Fondo Monetario Internacional (FMI)*, *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)* y *Comisión Europea*) han alabado la evolución del sector exterior español. Sólo en los dos últimos años, la economía española ha pasado de pedir prestados (*necesidad de financiación*) alrededor de 33.500 millones de euros a prestar (*capacidad de financiación*) 15.800 millones de euros al exterior⁴. De hecho, la OCDE, en sus últimas previsiones sobre España, prevé un incremento de las exportaciones del 5,4%, situándose en el séptimo puesto del *ranking* de países en los que más crecerán las ventas al exterior este año.

El sector agroalimentario español no ha sido ajeno a este cambio. España es actualmente la octava potencia mundial en exportación de alimentos y el Estado miembro de la Unión Europea en el que más se ha incrementado esta magnitud. De hecho, las ventas en el exterior de productos agroalimentarios y bebidas representan más del 10% de las exportaciones totales de bienes de la economía española y muchos de ellos (aceite de oliva⁵, vino y jamón, fundamentalmente), junto a la gastronomía, forman parte de la imagen de España en el exterior llegando a convertirse en un estereotipo de la “*Marca España*”⁶.

² Según la última *Encuesta Industrial de Empresas* que elabora el Instituto Nacional de Estadística, a 31 de diciembre de 2012, el número de ocupados en la industria Alimentaria y de Bebidas era de 352.823 personas (el 18,4% del empleo industrial), representando el 20,5% de las ventas industriales y el 15,1% del valor añadido. Los últimos datos disponibles elevan la cifra de empleos en el sector a unos 440.000.

³ Hoy el aceite de oliva español se vende en las tiendas *gourmet* de todo el mundo; las naranjas de Valencia viajan de país en país; el jamón de Guijuelo y de Jabugo seduce a los paladares asiáticos más exigentes; y, los vinos de alguna de las 90 *Denominaciones de Origen Protegidas (DOP)* que tiene hoy España se sirven en las mesas de todo el planeta.

⁴ En realidad, no existe una única correcta medida del saldo de la balanza de pagos; existen solamente medidas observadas alternativas que se aproximan más o menos a lo que se quiere medir. Sin embargo, la mayor parte de los países prefiere una definición del saldo que sea simple, clara y directa, aunque posiblemente engañosa; en definitiva, una sola medida resumen del déficit o superávit. En concreto, la *Capacidad (+) o Necesidad (-) de Financiación* incluye los saldos de la balanza por cuenta corriente (comercial, servicios, transferencias corrientes y rentas) y la balanza de capital (transferencias de capital y productos no financieros no producidos).

⁵ Sólo en los cinco últimos años las exportaciones españolas de aceite de oliva se han incrementado un 42%.

⁶ Puede consultarse a este respecto: www.marcaespaña.es/es/sabias-que/turismo-y-gastronomia.php.

1.2. Objetivos

Entre los principales *objetivos específicos* que nos hemos fijado a la hora de realizar este trabajo se encuentran los siguientes:

- Conocer cómo surge en la historia del pensamiento económico el interés por los intercambios comerciales entre países.
- Comprender cómo se articula el sector agroalimentario en el conjunto del comercio exterior español.
- Identificar los elementos más importantes que determinan la competitividad del sector agroalimentario español.
- Determinar el papel que desempeña el sector agroalimentario español en un contexto global altamente competitivo.
- Trazar una evolución coherente de las exportaciones agroalimentarias de España, ahondando en sus raíces históricas, hasta la actualidad, destacando la relevancia internacional que ha ido adquiriendo el sector.
- Reconocer el esfuerzo que se está llevando a cabo desde los poderes públicos y las organizaciones empresariales para hacer del sector agroalimentario español una pieza clave de la recuperación económica.
- Extraer conclusiones sobre el impacto económico que ha tenido el sector exterior agroalimentario español en los últimos años.

1.3. Metodología

Es indudable que el sector agroalimentario se erige como uno de los sectores más importantes de la economía española, no solo por su participación en el Producto Interior Bruto sino, también, por ser un sector que contribuye de manera rotunda a difundir la imagen de España en el exterior.

El objetivo que nos planteamos inicialmente en este *Trabajo Fin de Grado* era conocer y evaluar las razones por las cuales el sector agroalimentario español ha conseguido mantenerse firme, e incluso crecer y expandirse, especialmente en el ámbito internacional, durante los largos años de crisis económica. Para ello comenzamos por analizar la información que aporta la *Balanza Comercial Agroalimentaria* en diversos ejercicios económicos, a partir de los datos de la *Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales*. Debe señalarse a este respecto que 2012 ha sido el último año

disponible (aun siguen sin estar publicados los correspondientes a 2013). También destacar que a la hora de crear las tablas con los datos de las exportaciones de los grupos de alimentos y los productos alimentarios hemos encontrado disparidad de informaciones dependiendo de la fuente de información, por lo que nos hemos centrado en una única fuente. Otra fuente que ha resultado ser interesante proviene de los datos ofrecidos por la *Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB)*.

Para comprender por qué el comercio internacional se ha convertido en un elemento imprescindible para el crecimiento y el desarrollo de cualquier economía, ha sido necesario profundizar en los orígenes de las teorías sobre el comercio internacional, surgiendo de esta investigación tres aspectos clave: el *mercantilismo*, *Adam Smith* y *David Ricardo*.

Revisar sus obras y teorías (*del superávit de la balanza comercial, de la ventaja absoluta y de la ventaja comparativa*) nos ha permitido descubrir que sin sus aportaciones habría sido imposible entender el comercio internacional tal como lo conocemos en la actualidad, si bien autores posteriores han ido introduciendo mejoras a sus teorías haciéndolas más elaboradas y complejas.

A partir de aquí realizamos un análisis de las principales magnitudes económicas que permiten caracterizar el comercio exterior español de productos agroalimentarios durante los últimos años, haciendo hincapié, posteriormente, en las principales acciones puestas en marcha por las autoridades públicas para impulsar la internacionalización de las empresas del sector y la presencia de estos productos en los mercados exteriores.

El *Trabajo* se encuentra estructurado en cinco epígrafes que culminan con un apartado en el que se relacionan las referencias bibliográficas que se han consultado para su elaboración.

- En este *primer* epígrafe, se justifica la elección del tema, los objetivos que se persiguen y la metodología utilizada.
- En el *segundo* se realiza un breve recorrido por la *Historia del Pensamiento Económico*, centrándonos especialmente en las obras de Adam Smith y David Ricardo, dada la gran influencia que han tenido sus aportaciones a la construcción de la *teoría del comercio internacional*.

- El *tercer epígrafe* es el elemento central del *Trabajo*, y en él se realiza un análisis exhaustivo de la balanza comercial agroalimentaria española destacándose sus principales características así como los puntos fuertes y débiles del sector.
- En el *cuarto* se recogen los principales programas, medidas y actuaciones llevadas a cabo recientemente por el gobierno español y por algunas organizaciones empresariales vinculadas al sector agroalimentario al objeto de impulsarlo y conseguir mayores cuotas en el comercio internacional.
- En el *quinto epígrafe* se exponen las principales conclusiones y recomendaciones que se han extraído de este *Trabajo*.

2. EL COMERCIO INTERNACIONAL EN LA HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO: ANTECEDENTES

Como ocurre en otros campos del saber científico, a lo largo de la historia se han sucedido numerosas teorías, leyes, doctrinas y formas de pensamiento que han tratado de ofrecer una explicación a los fenómenos económicos y que han contribuido a forjar el *corpus* de la Ciencia Económica que conocemos actualmente. Muchas de estas teorías han ido desarrollándose bien por la necesidad y el deseo de conseguir una mejora en la economía nacional y en el bienestar de sus ciudadanos (dentro de cada uno de los diferentes países), bien por hacerse hueco en los mercados exteriores para colocar sus productos y ganar cuota de mercado (los intercambios comerciales entre unos y otros también pueden reportar beneficio económico al país en cuestión). Bajo este epígrafe, se resumen los rasgos más significativos de las primeras corrientes de pensamiento que abordan el comercio internacional.

Las nociones más primitivas que se encuentran acerca del comercio internacional surgen en la antigua Grecia, si bien no existe información relevante ni sus repercusiones fueron estudiadas en profundidad en aquella época. Es en la sociedad renacentista cuando comienza a adquirir mayor importancia a partir, sobre todo, de las propuestas que surgen desde el *mercantilismo*⁷ (siglos XVI y XVII). Los autores que integran esta corriente comienzan a interesarse por conocer qué ventajas pueden

⁷ El *mercantilismo* es un término ambiguo aunque útil para designar una tendencia de pensamiento económico que aglutina una serie de hechos e ideas enormemente heterogéneos. Los autores *mercantilistas* formaban un grupo muy dispar integrado por hombres prácticos dedicados a diferentes profesiones, entre los que se encontraban: comerciantes, administradores, funcionarios, consejeros y educadores de príncipes. En ningún caso puede calificarse como una *escuela de pensamiento*, en sentido estricto, sino como una serie de esfuerzos intelectuales aislados sobre determinados temas económicos diluidos a lo largo de un período que abarca, aproximadamente, trescientos años (Uña Juárez y Hernández Sánchez, 2004:897).

aportar a la nación los intercambios con el exterior (surgen cuestiones acerca de los movimientos internacionales de metales preciosos, el comercio de mercancías y servicios,...). Sus estudios derivaron en la “*teoría del superávit de la balanza comercial*”, según la cual un país saldrá beneficiado de su comercio con el resto de países del mundo cuando es capaz de exportar por mayor valor de lo que importa, es decir, consiguiendo una balanza comercial positiva (superavitaria). Explicado de otro modo, su idea fundamental de riqueza se basaba en poseer la mayor cantidad posible de metales preciosos⁸ (oro y plata), los cuales se conseguirían vendiendo al exterior sus productos a cambio de éstos, pero, a su vez, para tratar de impedir que dichos metales salieran del país, y mantener así la balanza positiva, evitarían comprar productos a otros países; por tanto, el *mercantilismo* propugnaba más el proteccionismo económico y el nacionalismo que el beneficio económico internacional (buscaba más el beneficio del propio país que el equilibrio de todos).

La *teoría clásica del comercio internacional* (siglo XVIII) fue la primera teoría que, de una forma integradora y coherente, intentó explicar los patrones del comercio internacional entre países así como la especialización de éstos en la producción y el comercio de determinadas mercancías. Se basaba en los conceptos de *división del trabajo* y la *productividad*, determinando que los países debían especializarse en la producción de aquellos bienes en los que tuvieran *cierta ventaja* frente a otros, para después poder comerciar con ellos. Adam Smith y David Ricardo son los dos exponentes de esta teoría, si bien con aportaciones diferentes.

En su conocida “*teoría de la ventaja absoluta*”, Adam Smith⁹ explica cómo un país que es capaz de producir un bien o mercancía, cuyos costes de producción sean menores que ese mismo bien elaborado en otro país, tendrá *ventaja absoluta* de costes a la hora de exportarlo. Expresado de manera más sencilla, cuando un producto nos cueste más barato comprarlo del exterior que producirlo será mejor optar por lo primero, y para sacar algo de ventaja económica, a su vez nosotros venderemos al exterior algún producto que a otros países les compense más comprar del extranjero que producirlos ellos mismos. A pesar de que con su teoría Adam Smith pretendía demostrar que ganaban todos, a diferencia de lo que postulaban los mercantilistas donde solo ganaba el propio país, esta teoría daba lugar a un problema si resultase

⁸ A este particular modo de concebir la riqueza se le denomina *bullionismo*.

⁹ (1723-1790). Es considerado el padre de la Ciencia Económica aún cuando sus intereses iban mucho más allá, pues abarcaban la ética, la filosofía política, la jurisprudencia y la lengua. No en vano fue profesor de Literatura en la Universidad de Edimburgo y de Filosofía Moral en la de Glasgow.

que algunos países no tenían posibilidad de especializarse en ningún producto y por lo tanto sacar ventaja de su venta a otros países.

En su obra maestra, *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, más conocida como *La riqueza de las naciones*¹⁰, publicada en 1776, Adam Smith aborda el tema del comercio internacional señalando que, para alcanzar el bienestar social, la clave está en el crecimiento económico basado en la *división del trabajo* y la *libre competencia*, refiriéndose esta última a un comercio internacional sin trabas ni intervención del Estado, lo que favorecería el intercambio de mercancías entre países para una mejor distribución de los bienes y servicios. Así, señalaba¹¹:

“Aunque fuese cierto que en el caso de un libre comercio entre Inglaterra y Francia, por ejemplo, se inclinaría la balanza a favor de Francia, de modo ninguno se seguiría de aquí que semejante comercio fuese perjudicial para Inglaterra, o que la balanza general del comercio de la Nación se inclinase contra ella. Si los vinos de Francia son, por ejemplo, más baratos y mejores que los de Portugal, o sus lienzos que los de Alemania, sería más ventajoso para la Gran Bretaña comprar a Francia los vinos y lienzos que necesitase, que ir a buscarlos a Portugal o Alemania (...) Sobre los vinos de Francia hay cargados mayores impuestos que sobre los de España y Portugal, y los de cualquiera otro país. Por el Arancel del año de 1692 se impuso en Inglaterra sobre todos los géneros franceses un veinte y cinco por ciento de su valor, al mismo tiempo que los de otros países se sujetaban a tan leves derechos que rara vez excedían de un cinco por ciento. (...) Si incorporamos pues en uno todos aquellos subsidios, vendremos a inferir que el impuesto más bajo al que estaban sujetos los géneros, producciones y manufacturas de Francia antes de la última guerra con la Gran Bretaña, ascendería a un setenta y cinco por ciento al menos. Quien duda que unos impuestos de esta especie equivaldrían a una absoluta prohibición en los más de los géneros en que estuviesen cargados. Los franceses trataron con el mismo rigor y dureza los efectos ingleses, aunque no sé con exactitud cuáles fueron las cargas que los impusieron. Estas restricciones pusieron fin a aquel bello comercio que entre estas dos Naciones se giraba, y al presente los principales conductores de géneros franceses a Inglaterra y de ingleses a Francia son los contrabandistas”.

Por su parte *David Ricardo*¹², cuenta en su haber una gran aportación a la Economía en el ámbito del comercio internacional: su *“teoría de la ventaja comparativa”*, una de las que más ha perdurado en el tiempo. Esta teoría desacredita, en cierto modo, la

¹⁰ El día 9 de marzo de 1776 se publicaba en Londres esta obra. 1.097 páginas de apretado texto, escrito por un profesor de Filosofía Moral de la Universidad de Glasgow: Adam Smith. La fecha, la obra y el autor se convertirían, a partir de entonces, en referencias obligadas para: datar el nacimiento de una nueva Ciencia, la Economía; señalar el libro de Economía de más éxito de cuantos se han publicado hasta hoy; e individualizar a la figura más famosa entre los economistas de todos los tiempos (Fuentes Quintana, 1976). La obra fue traducida al español en Valladolid por José Alonso Ortiz, en 1794.

¹¹ Tomado del Libro IV, Capítulo III de su obra *Investigación de la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones* (Edición facsímil, 1996: 325-327).

¹² (1772-1823). Fue una de las figuras más notables de la economía clásica. Sucesor de Adam Smith, Ricardo se adelantó a su tiempo al emplear sistemáticamente la forma de razonar de los economistas del siglo XX: los modelos, representaciones conscientemente simplificadas de la realidad (Rodríguez Braun, 1996:5).

tesis de Adam Smith con su “teoría de la ventaja absoluta”, que como se señalaba podría hacer que la economía estuviera muy desequilibrada si resultaba que algunos países no tenían ningún producto en el que pudieran sacar ventaja frente a los demás, mientras otros países tenían varios productos con los que beneficiarse en el exterior. De este modo se generaba una situación de *inequidad*, al enriquecerse algunos países con sus ventas en el exterior mientras otros no ganaban nada. Como señalaba Ricardo:

“En un sistema de intercambio perfectamente libre, cada país dedicará lógicamente su capital y su trabajo a aquellas producciones que son las más beneficiosas para él. Pero este propósito de perseguir la ventaja individual está admirablemente unido a la conveniencia general del conjunto. Estimulando la industria, premiando la invención y utilizando del modo más eficaz las facultades especiales concedidas por la naturaleza, se distribuye el trabajo con la mayor eficiencia y economía; y aumentando al mismo tiempo la cantidad total de bienes, difunde un bienestar general y liga con el vínculo común del interés y el intercambio a todos los pueblos del mundo civilizado. Es este el principio que determina que el vino se elabore en Francia y Portugal, el trigo se cultive en América y Polonia y la quincalla y otras mercancías se fabriquen en Inglaterra (...) Si Portugal no estuviese en relación comercial con otros países, en vez de emplear una parte de su capital y trabajo en la producción de vinos, con los cuales compra él, para su uso propio, el tejido y la quincalla de otros países, estaría obligado a destinar una parte de aquel capital a la manufactura de estas mercancías, las cuales obtendría, probablemente, de inferior calidad y en menor cantidad”.

Lo que viene a decir por lo tanto la teoría de Ricardo es que para que todos los países puedan verse beneficiados del sector exterior y haya un cierto equilibrio económico aquellos países que no tengan especialización en ningún producto deberían especializarse en aquel cuya desventaja sea menor para ellos, mientras que los países que tengan varios productos en los que presente *ventaja absoluta* deberían especializarse en aquel que les proporcione la mayor ventaja. Si bien es cierto, esta teoría se apoya en ciertas hipótesis que se encuentran muy alejadas de la realidad, como son: competencia perfecta, costes constantes, ausencia de barreras que impidan el intercambio de productos a nivel internacional o existencia de al menos dos países y dos bienes. De manera que se trata de una teoría que “peca”, como otras tantas, de un irrealismo propio que afecta desde siempre a las Ciencias Económicas, y aunque ha sido la teoría más válida y duradera en el ámbito del comercio internacional a lo largo de la historia del pensamiento económico no podemos considerarla *perfecta*.

A finales de la década de los setenta y principios de los ochenta, una serie de economistas, entre los que se encontraba Paul Krugman¹³ (2012), elaboraron una nueva teoría del comercio internacional, a partir de la consideración de los *fallos del mercado*, que cuestionaban los planteamientos clásicos. Su principal aportación reside en admitir que ya no es necesaria la existencia de *ventajas comparativas* para explicar los intercambios comerciales entre las naciones. Existen otros muchos factores que resultan imprescindibles para entender la economía internacional contemporánea, tales como: el comercio intraindustrial, las economías de escala, la competencia imperfecta o la movilidad de los factores productivos.

3. EL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS: EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS

El sector exterior ha sido la tabla de salvación de muchas economías desarrolladas durante la actual crisis económica dado el comportamiento debilitado que ha mostrado en los últimos años la demanda interna, de manera muy especial en España, donde las exportaciones han sido la única variable de la demanda agregada que ha crecido durante este tiempo y que ha permitido reducir la evolución negativa de nuestro crecimiento.

Como ya se ha señalado, y se analizará en profundidad posteriormente, el comercio exterior agroalimentario español ha conseguido en los últimos años un crecimiento espectacular que ha situado a estos productos en el segundo lugar del *ranking* de participación en el total de las exportaciones españolas¹⁴ (un 15,7%), por detrás de los bienes de equipo que representaron el 21,2%. Sin duda, un sector en el que España tiene fuertes *ventajas competitivas* frente a sus competidores y uno de los motores para apuntalar la incipiente recuperación económica.

Desde un punto de vista estrictamente económico, el sector agroalimentario se encuentra a caballo entre: el *sector agrario* (que engloba las producciones agrícolas, ganaderas, silvícolas y otras producciones como leche, huevos o miel); el *industrial* (que aglutina las producciones que sufren algún tipo de transformación generando valor añadido a los productos primarios); y, el de *servicios* (en el que se incluyen las

¹³ Obtuvo el Premio Nobel de Economía en 2008. Actualmente es profesor de Economía y Asuntos Internacionales en la Universidad de Princeton.

¹⁴ Según los últimos datos disponibles correspondientes a la *Balanza Comercial Agroalimentaria* del año 2012.

actividades de transporte, distribución, logística, comercialización, marketing y todas aquellas otras que son imprescindibles para hacer llegar el producto desde el productor hasta el consumidor). Tiene una *fisonomía propia* que le confiere unidad a efectos de ser considerado como un solo sector en las magnitudes e indicadores que habitualmente se utilizan en el análisis económico.

El sector agroalimentario español posee cuatro características clave que le hacen ser relevante en diversos ámbitos (económico, social, territorial,...). Estos son:

- Su consolidación como la **principal actividad generadora de empleo** en la mayor parte de las áreas rurales.
- Se encarga de **proporcionar alimentos seguros y de calidad gracias a** los numerosos y exhaustivos **controles** a los que se ven sometidos los productos alimentarios **a lo largo de toda la cadena** (producción, conservación, comercialización, distribución,...). A ello se suma el hecho de que muchos de los productos presentan marchamos de calidad diferenciada como son las *Denominaciones de Origen* y las *Indicaciones Geográficas Protegidas*.
- **Ocupa cerca del 50% del territorio nacional**, contribuyendo, además, a la **protección de la biodiversidad** mediante lo que se conoce como *agroecosistemas*.
- Es un **elemento fundamental de nuestras raíces, cultura y costumbres** y participa activamente en el sector turístico constituyéndose como un reclamo de potencial atracción para los más de sesenta millones de turistas que el país recibe anualmente.

Pero, además, existen otros dos *puntos fuertes* que hacen del sector agroalimentario uno de los pilares básicos de la sociedad española y de su economía: su **capacidad productiva** y su **capacidad de innovación**.

La primera de ellas se encuentra avalada por los datos de los que se tiene constancia hasta la fecha. Según datos de la *Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB)*, en 2012, las ventas netas de la industria española de alimentación y bebidas fueron de 90.169 millones de euros (el 1,14% de las ventas netas del total de la industria y al 7,6% del PIB español), lo que le convierte en el primer sector industrial de la economía española y el quinto de Europa. El sector de la *industria de alimentación y bebidas* está formado por cerca de 30.000 empresas, de las cuales el 96,2% son microempresas, pequeñas y medianas, que ocupan a 439.675

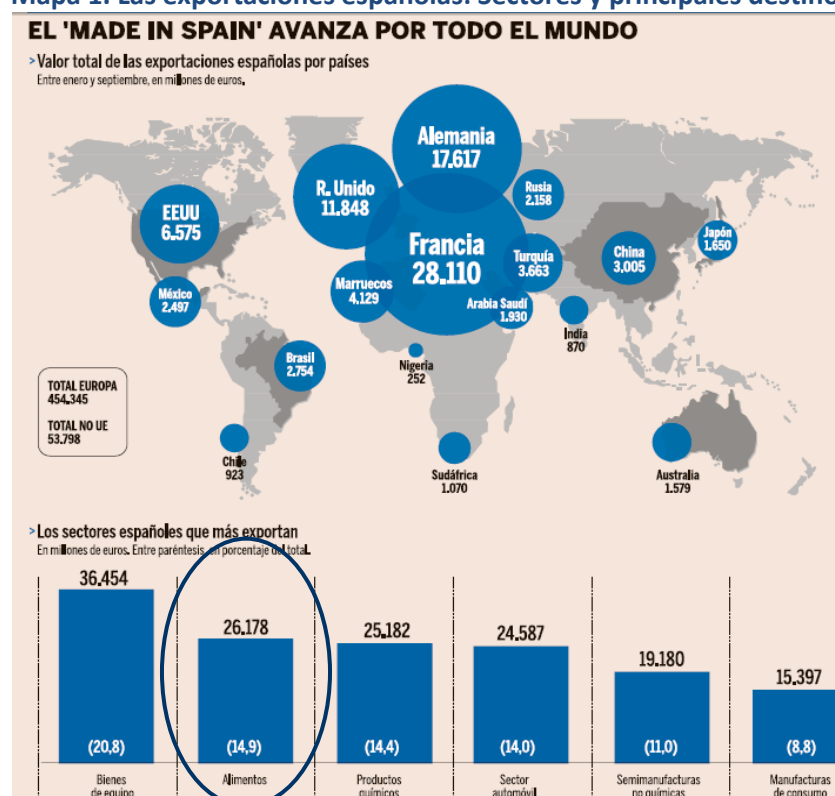
personas, lo que supone un 20% del total de los puestos de trabajo existentes en el conjunto industrial nacional.

Por lo que se refiere a la segunda, baste con señalar que en el *Séptimo Programa Marco de I+D 2007-2013* de la Unión Europea, España ha sido el país que ha contado con una mayor participación en el campo temático¹⁵ “*Alimentos, agricultura y biotecnología*”, representando el 57% de las propuestas totales que se presentaron.

Pero, sin duda, una de las características más importantes del sector agroalimentario que ha ido ganando peso en los últimos años es su **capacidad exportadora**, y es a ella a la que dedicaremos el análisis que se efectúa a continuación.

Como se observa en el Mapa 1, referido a las nueve primeros meses de 2012, los alimentos representan un 14,9% del total de las exportaciones, situándose, de esta forma, como segundo grupo de productos más exportados en España.

Mapa 1. Las exportaciones españolas: Sectores y principales destinos



Fuente: http://www.economistas.org/Contenido/Consejo/ResumenPrensa/1_2013/2_NOVIEMBRE/21-11-13/1_exporta.pdf

¹⁵ El *Séptimo Programa Marco* se estructura en cuatro programas específicos: Cooperación, Ideas, Personas y Capacidades. El primero de ellos pretende estimular la cooperación y reforzar los vínculos entre la industria y la investigación en un marco transnacional en nueve campos temáticos: salud; **alimentos, agricultura y biotecnología**; tecnologías de la información y la comunicación; nanociencias, nanotecnologías, materiales y nuevas tecnologías de producción; energía; medio ambiente, incluido el cambio climático que tanta relación tiene con las actividades agrarias y la producción sostenible de alimentos; transporte; ciencias socioeconómicas y humanidades; y, seguridad y espacio.

Aunque el Mapa refleja los ingresos por las ventas de productos españoles a otros países, no centrándose específicamente en el sector agroalimentario, los resultados son similares en ambos casos: Francia es el principal importador de productos agroalimentarios españoles, seguido de Alemania y Reino Unido. De hecho, los Estados miembro de la Unión Europea acaparan el 75% de los productos agroalimentarios españoles. El comercio extracomunitario lo lideran Estados Unidos, China, Marruecos y Turquía. Concretamente, Estados Unidos aglutina un 3,8% del total de las exportaciones españolas de productos agroalimentarias, seguido de cerca por China (2,1%), y a mayor distancia por Marruecos, Argelia, Turquía o Japón, entre otros.

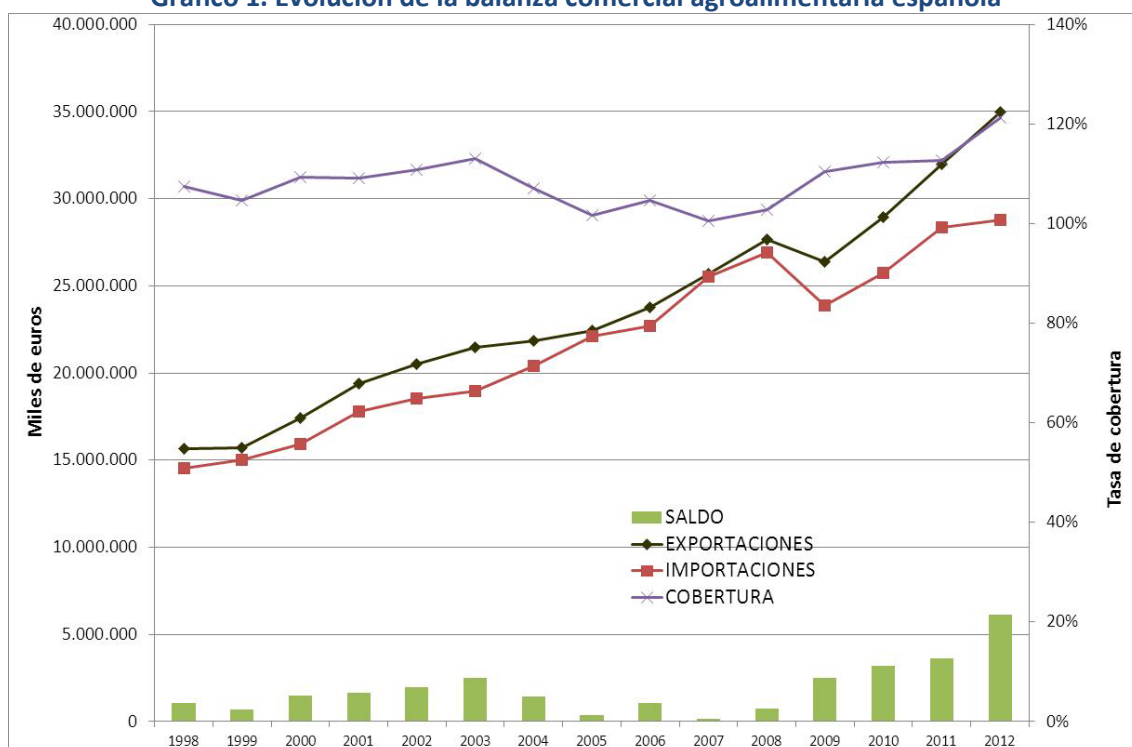
Cada año, la *Subdirección General de Comercio Exterior de Productos Agroalimentarios del Ministerio de Economía y Competitividad*, elabora un informe detallado de los principales sectores y mercados agrarios, así como los factores más importantes que determinan el comportamiento de las exportaciones e importaciones de este tipo de productos. Se trata de la *Balanza Comercial Agroalimentaria*, que se determina a partir de los datos proporcionados por la *Dirección General de Aduanas e Impuestos Especiales*. Esta *balanza* comprende los 24 primeros capítulos del arancel y aporta información relevante sobre diferentes ámbitos del comercio internacional en este sector (exportaciones e importaciones en términos reales y monetarios; países de origen y destino; tasas de cobertura,...). Por ello, la *Balanza Comercial Agroalimentaria* ha resultado ser una fuente de información crucial para la realización de este *Trabajo*.

El Gráfico 1 muestra la evolución del comercio exterior agroalimentario español durante los últimos quince años. Se observa que éste ha seguido una tendencia ascendente, a excepción del año 2009, el cual fue uno de los más duros de la crisis y, casi con total seguridad, a causa de ella, algunos de los países que con mayor frecuencia importan nuestros productos se encontraban inmersos en una fuerte recesión, al igual que España, que además vivía una caída generalizada de la demanda interna. La combinación de ambos factores produjo un pronunciado descenso en ambas series (exportaciones e importaciones); sin embargo, esto no fue suficiente para conseguir que la *tasa de cobertura*¹⁶ disminuyera (pasó del 102,72% en 2008, al 110,38% en 2009), de manera que el *saldo comercial* (exportaciones-importaciones) continuaba siendo positivo, alcanzando prácticamente los 2.500 millones de euros. Además, hay que añadir que, a pesar de los altibajos que ha sufrido

¹⁶ La tasa de cobertura mide, en términos porcentuales, la parte de las importaciones que puede ser financiada con los ingresos que obtiene el país por sus exportaciones.

la *tasa de cobertura* durante el período evaluado, especialmente en 2005 y 2007, años en los que se obtuvo el valor más bajo (100,58% y 101,58%, respectivamente), este indicador siempre se ha mantenido por encima del 100%, lo que viene a demostrar la *capacidad de financiación* que generan las exportaciones españolas de productos agroalimentarios.

Gráfico 1. Evolución de la balanza comercial agroalimentaria española



Nota: Los datos están valorados en euros corrientes de cada año.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección General de Aduanas publicados por el Ministerio de Economía y Competitividad.

Estos datos también reflejan algo que ya veníamos observando: en ningún momento las importaciones han sido capaces de superar a las exportaciones, independientemente de que en algún que otro año su crecimiento haya sido mayor en proporción. Destaca, sobre todo, el último año del que se dispone de datos (2012), en el que se alcanzó el mayor valor registrado hasta ahora: unas *exportaciones* cercanas a los 35.000 millones de euros; una *tasa de cobertura* del 121%; y, un *saldo superavitario* de más de 6.000 millones de euros. De manera que, año a año, la *balanza comercial agroalimentaria* nos deja cifras para el optimismo y para confiar al sector una buena parte de nuestra recuperación económica.

Encauzando ahora el análisis del sector exterior a otro apartado un poco más específico, concretamente el de los grupos de alimentos y los productos agroalimentarios, resulta evidente que algunos de esos grupos tienen una repercusión

mucho mayor que otros en los ingresos que reportan al país sus exportaciones: *carnes y despojos comestibles, legumbres y hortalizas, frutos y frutas, grasas y aceites, y bebidas* son los grupos que superan los mil millones de ingresos por ventas en el exterior en el año 2012, suponiendo un estímulo gratificante tanto para el comercio exterior como para la economía española en su conjunto (Tabla 1).

Tabla 1. Productos agroalimentarios españoles exportados en 2012

Productos exportados (por capítulos arancelarios)	Toneladas	Miles de euros
Animales vivos	219.767	452.002
Carne y despojos comestibles	1.653.272	3.827.416
Pescados, moluscos, crustáceos	813.374	2.239.626
Leche, productos lácteos, huevos	635.809	1.010.384
Otros productos de origen animal	219.237	214.830
Plantas vivas: floricultura	171.851	251.909
Legumbres y hortalizas, sin conservar	4.709.587	4.349.503
Frutos y frutas, sin conservar	7.096.619	6.268.967
Café, té, yerba mate y especias	85.389	371.717
Cereales	860.566	362.891
Productos de la molinería; malta	463.822	229.594
Semillas oleaginosas; plantas especiales	1.434.254	446.272
Jugos y extractos vegetales	57.180	247.544
Materias trenzables	2.354	3.974
Grasas y aceites	1.946.658	3.111.229
Conservas de carne o pescado	252.260	1.181.321
Azúcares y artículos de confitería	336.203	522.162
Cacao y sus preparaciones	139.562	490.621
Productos de cereales	663.647	1.056.405
Conservas vegetales y zumos	2.089.314	2.269.176
Preparaciones alimenticias diversas	516.476	1.240.652
Bebidas (excepto zumos)	3.112.382	3.654.123
Residuos de la industria alimentaria	1.653.746	823.198
Tabaco y sus sucedáneos	43.209	318.995
TOTAL	29.166.540	34.944.510

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección General de Aduanas publicados por el Ministerio de Economía y Competitividad.

Más concretamente, esos cinco grupos de productos abarcan en conjunto algo más de 21.200 millones de euros, lo que supone el 60,7% del valor total de las exportaciones agroalimentarias de este ejercicio. Tan solo dos grupos, *frutos y frutas* y *legumbres y hortalizas*, consiguen acaparar más de 10.600 millones de euros, o lo que es lo mismo,

el 30,4% del total. A pesar de que la gran mayoría de productos agroalimentarios han experimentado un crecimiento sostenido de sus exportaciones desde el año 2010¹⁷, estos cinco grupos se han mantenido en todo momento con valores superiores al resto de productos, aunque dicho crecimiento no haya sido continuado en los últimos cuatro años (Tabla 2).

Tabla 2. Evolución de los principales productos agroalimentarios españoles

Capítulos arancelarios (de mayor a menor valor en el sector exterior)	Evolución del comercio exterior (miles de euros)				
	2008	2009	2010	2011	2012
Frutas	5.007.354	4.905.256	5.446.410	5.648.028	6.268.967
Legumbres y hortalizas	3.743.640	3.967.387	4.034.700	3.991.980	4.325.969
Carne y despojos comestibles	---	---	2.866.115	3.411.270	3.827.416
Bebidas	2.818.193	2.767.946	2.882.222	3.357.656	3.846.396
Grasas y aceites	2.615.532	2.027.184	2.452.844	2.721.056	3.109.403

Nota: Los datos están valorados en euros corrientes de cada año.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Dirección General de Aduanas publicados por el Ministerio de Economía y Competitividad.

Como puede observarse hay dos grupos que no solo superan los 4.000 millones de euros en el valor de sus exportaciones, sino que sus saldos, la diferencia entre los ingresos por las exportaciones y los pagos por las importaciones, es muy elevado, sobrepasando los 3.000 millones de euros¹⁸. Estos extraordinarios datos, tanto para el sector agroalimentario español como para la economía en su conjunto, se obtienen para los grupos *frutas* y *legumbres y hortalizas*, y han sido el motivo que nos ha llevado a profundizar en el análisis de su comportamiento durante los últimos años, tratando también de comprobar con ello si realmente son un blanco perfecto para poder reflejar el “*buen hacer*” del sector agroalimentario español, fuera de nuestras fronteras así como su fortaleza por haberse mantenido como un potente sector exportador durante estos años de crisis.

Tal como se señalaba anteriormente, en ambos grupos el incremento de las exportaciones no ha sido continuado, habiéndose producido, en 2009, una caída de las ventas de *frutas* en el exterior, y en el año 2011, de *legumbres y hortalizas* en 2011, si bien, en ninguno de los dos casos ese descenso resulta significativo (tan sólo un 2% para *frutas* y un 1% para *legumbres y hortalizas*), y además seguían siendo datos excelentes para el sector agroalimentario exportador. De manera que el balance final de ese lustro puede calificarse como muy positivo, reflejando ambos grupos cifras

¹⁷ Este dato aparece reflejado en el documento “*La Balanza Comercial Agroalimentaria en 2012*” del Ministerio de Economía y Competitividad, que puede ser consultado para obtener más información.

¹⁸ Datos obtenidos del documento “*La Balanza Comercial Agroalimentaria en 2012*” del Ministerio de Economía y Competitividad, apartados 3.6 (cuadro 41) y 3.7 (cuadro 45).

extraordinarias para el sector, dado que a lo largo de este período se ha pasado por primera vez la barrera de los 4.000 millones de euros en las exportaciones de *legumbres y hortalizas* y de 6.000 millones de euros en las de *frutas*. Los datos para 2013, todavía provisionales, son aún mejores. Según datos de la *Dirección General de Aduanas*, las *frutas y hortalizas* continúan posicionadas en los primeros puestos del *ranking* de productos agroalimentarios españoles más exportados, obteniéndose de su combinación (excluidas las legumbres) la nada desdeñable cifra de 10.682 millones de euros, un incremento de más del 11% respecto del año anterior, y consiguiendo así con ello afianzar a España como líder indiscutible a nivel mundial en la exportación de este tipo de productos.

Ahora bien, dentro de estos dos grupos ¿Cuáles son los productos más demandados en los mercados internacionales? ¿En cuáles tiene España su *ventaja competitiva*?

- Dentro de las *hortalizas*, el tomate es el producto estrella de nuestras exportaciones, tanto dentro como fuera de las fronteras de la Unión Europea, pero especialmente dentro, aunque esto ocurre con prácticamente todos los productos alimentarios (baste recordar que la UE es receptora de las tres cuartas partes de las exportaciones agroalimentarias españolas). Le siguen en importancia, aunque a cierta distancia, la lechuga y el pimiento rojo. Según la fuente revisada, entre los años 2011 y 2012, estos tres productos han incrementado sus exportaciones: el tomate y el pimiento de forma algo más discreta (de 855 a 924,8 millones de euros, el primero, y de 558 a 605 millones de euros, el segundo), y la lechuga consolidándose poco a poco como un producto que va ganando cuota de mercado fuera de nuestras fronteras (entre estos dos años sus ventas, en valor, se han incrementado en más de 100 millones de euros, si bien en toneladas solo lo ha hecho en un 2,1%).
- En las *frutas*, son los cítricos los grandes vencedores en materia de exportación. En los dos últimos años de los que se dispone de datos (2011 y 2012), las exportaciones de cítricos han supuesto unos ingresos superiores a los 2.500 millones de euros en cada ejercicio, representando un 45,5% del valor total exportado de frutas y más del 55% en volumen (toneladas). Cerca del 90% de las exportaciones españolas de cítricos se destinan al mercado comunitario (Alemania, Francia, Polonia, Reino Unido y Países Bajos, principalmente). Por detrás de los cítricos se sitúan los melocotones y nectarinas, aunque con unas ventas bastante más moderadas, que se mueven en el entorno de los 650 millones de euros, y las

fresas, con algo más de 500 millones. En este último caso, el mercado comunitario absorbe más del 95% de la producción española de fresas.

A la luz del análisis realizado, es indudable el hecho de que el sector exterior agroalimentario español ingresa muchos miles de millones de euros al año (casi 35.000 en 2012), procedentes principalmente de la UE aunque cada vez más de otros países del resto del mundo, sobre todo de la exportación de *frutas y hortalizas* fundamentalmente. Los datos de 2013 que se van conociendo, aún no disponibles, muestran un comportamiento que mejora los resultados obtenidos en 2012, ya de por sí buenos. Las cifras que se manejan podrían situar a España en una mejor posición como líder exportador mundial de alimentos, ya que entre enero y agosto de 2013 nuestro país exportó productos agroalimentarios por valor de 25.023 millones de euros, lo que supone un 4,15% más que en el mismo período del año anterior. Con ello, el sector agroalimentario pasa de representar un 14,9% del total de exportaciones (de enero a septiembre de 2012) a un 16,6% (de enero a agosto de 2013), generándose un superávit de más de un 33% que el del mismo período del año anterior.

Todo ello avala que las autoridades públicas españolas deban continuar impulsando la presencia en los mercados internacionales del sector agroalimentario español, ayudando a sus empresas, en la medida de sus posibilidades, a salvar las barreras que les impide penetrar en nuevos mercados.

4. ACCIONES ENCAMINADAS A POTENCIAR EL SECTOR AGROALIMENTARIO ESPAÑOL EN EL EXTERIOR

Como ya se ha señalado en anteriores epígrafes de este *Trabajo*, durante los años en los que se prolonga la crisis en España, el sector agroalimentario ha sido y es uno de los que mejor se ha sabido mantener, convirtiéndose en uno de los pilares básicos para sustentar la recuperación económica del país. Por ello es fundamental promover medidas de actuación que mejoren las condiciones del sector en diversos ámbitos, entre ellos su internacionalización.

Antes de hacer hincapié en las propuestas que han partido desde el gobierno en esta dirección, especialmente desde el *Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente*, conviene referirse a los trabajos que provienen de otros grupos (asociaciones de productores y federaciones), algunos de ellos con el apoyo directo

del gobierno. Principalmente, son dos los grupos más importantes que cabe destacar por la relevancia y difusión que han adquirido los planes y las actuaciones que han puesto en marcha para potenciar el comercio internacional de productos agroalimentarios: la *Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB)* y el *Grupo de Trabajo para la Internacionalización del Sector Agroalimentario (GTISA)*.

La *Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas* lleva dos años consecutivos (2013 y 2014) elaborando un *Programa de Internacionalización* con la finalidad de apoyar a las industrias alimentarias españolas para salir al mercado internacional y con ello dar mayor reconocimiento de nuestros productos en el exterior, promoviendo, a su vez, el crecimiento de la economía española. El *Programa* propuesto por la *FIAB* pretende alcanzar los siguientes objetivos:

- Potenciar el sector de la alimentación y las bebidas situándolo como uno de los elementos clave de la economía española para conseguir su recuperación; un sector en alza, con un extraordinario potencial exportador.
- Buscar la forma de eliminar las posibles barreras que dificulten la salida de productos españoles al exterior, mejorando el libre comercio y los intercambios de productos y/o servicios.
- Cuidar y mejorar la imagen de los productos exportados de forma que la *Marca España* adquiera un mayor reconocimiento en el resto del mundo.
- Dar apoyo a todas aquellas empresas que aún no han probado suerte en otros mercados y deseen hacerlo, mediante acciones que les permitan promocionarse en esos mercados, así como encontrar en ellos nuevos socios.
- Utilizar el triángulo *Turismo-Alimentación-Gastronomía* para promocionar entre los visitantes extranjeros el sector agroalimentario español y vender las cualidades de estos productos haciendo que emerjan con mayor facilidad al comercio internacional. Este es, posiblemente, uno de los objetivos más ambicioso, pero también el que mejores resultados puede conseguir. Las cifras de turistas que visitan España cada año, que se encuentran en torno a los 60 millones de personas (63 previstos en 2014), el *turismo gastronómico* que comienza a abrirse paso entre la diversificada oferta turística española, y algunas rutas que ya comienzan a tener identidad propia, como es el caso de las *Rutas del Vino de España*, contribuirán al éxito en el logro de este objetivo.

Para conseguir todos estos objetivos, el *Programa* de la *Federación* ha puesto en marcha diversas acciones entre las que se encuentran: la participación en ferias, la realización de *misiones* comerciales *directas* e *inversas*¹⁹ y programas de formación comercial, que se pondrán en práctica en diversos países europeos (Alemania o Francia entre ellos), así como en las principales potencias económicas fuera de Europa (Japón, EEUU, Canadá, China o Australia), y en otros países (Marruecos, Brasil, India, México, Colombia...).

Por su parte, el *Grupo de Trabajo para la Internacionalización del Sector Agroalimentario*, creado formalmente en septiembre de 2012 con el fin de contar con una agrupación centrada en mejorar la internacionalización del sector agroalimentario español, está presidido por la Secretaria de Agricultura y Alimentación del Ministerio, y tiene como objetivo fundamental establecer estrategias que favorezcan la internacionalización del sector agroalimentario español y buscar soluciones a los problemas que puedan surgir a la hora de que las empresas decidan salir al exterior.

Para ello, el *GTISA* elaboró un documento titulado "*Líneas Estratégicas para la Internacionalización del Sector Agroalimentario*", a partir del diagnóstico que había realizado el *Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente* acerca de la necesidad de las empresas del sector de internacionalizarse. Estas *Líneas Estratégicas* se encuentran estructuradas en cuatro ejes:

- Eje 1. *Coordinación* entre todos los agentes implicados en el sector (departamentos ministeriales, comunidades autónomas, organizaciones y asociaciones).
- Eje 2. *Información y formación* especializada a empresas en cuestiones relacionadas con la internacionalización.
- Eje 3. *Apoyo* a la exportación y a la implantación de empresas en el exterior.
- Eje 4. *Apertura* de nuevos mercados

¹⁹ Una *misión comercial directa* es aquella en que el exportador mediante entrevistas personales con importadores y distribuidores locales en el potencial país de destino valora las posibilidades de éxito que tendría su empresa en el proceso de internacionalización. Por su parte, una *misión comercial inversa* tiene como objetivo el encuentro de potenciales importadores, de uno o varios países y/o sectores concretos, en la empresa del exportador, organizado por él, para la búsqueda de oportunidades de negocio.

Cada uno de estos ejes cuenta con sus propios *objetivos* que se pretenden alcanzar con la puesta en marcha de un conjunto de *actuaciones*²⁰, configurando todo ello la *lógica de la intervención*.

Finalmente, abordaremos las actuaciones propuestas y/o puestas en marcha por el gobierno, en especial desde el *Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente*, para mejorar el estatus del sector agroalimentario fuera de nuestras fronteras. Entre ellas destacan las siguientes:

- La *reforma de la Política Agraria Común (PAC)* para el período 2014-2020, incidirá, sin duda, en el futuro del sector agroalimentario español y en sus posibilidades de expansión internacional. Junto a las medidas de mercado y los pagos directos a los agricultores que se contemplan en el *Primer Pilar de la PAC*, las seis prioridades que se han establecido en el *Segundo Pilar*: (P1) promover la transferencia del conocimiento y la innovación que tiene un carácter transversal; (P2) fomentar la competitividad del sector agrario y la viabilidad de las explotaciones; (P3) mejorar la organización de la cadena alimentaria y la gestión del riesgo en las explotaciones; (P4) preservar y mejorar los ecosistemas dependientes de la agricultura y la silvicultura; (P5) promover la eficiencia en el uso de los recursos, apoyando el cambio hacia un sector agrario bajo en carbono; y, (P6) facilitar la diversificación productiva, la creación de empleo y el desarrollo de las zonas rurales, contribuirán a ello.
- En total se movilizarán en España, durante este período, procedentes del presupuesto comunitario un total de 47.000 millones de euros, una cifra mayor que la del período anterior (2007-2013). Su distribución será la siguiente: cerca de 36.000 millones de euros irán destinados a ayudas directas; algo más de 8.000 para desarrollo rural; y, los 3.000 restantes para medidas de mercado. Entre algunas de las actuaciones que se pondrán en marcha a partir de 2015 se encuentran:
 - ⇒ Apoyo a la instalación de jóvenes en las explotaciones agrarias, mediante la concesión de ayudas, lo que facilitará el relevo generacional y el cambio en las *“formas de hacer”* que tanto necesita el sector agrario. Se calcula que se beneficiarán de esta actuación una cifra aproximada de 14.000 jóvenes.

²⁰ Un análisis pormenorizado de estas *Líneas Estratégicas* excedería los objetivos de este *Trabajo*. Para obtener más información puede consultarse: <http://www.magrama.gob.es/es/ministerio/planes-estrategias/lineas-estrategicas-para-la-internacionalizacion-del-sector-agroalimentario/lineasestrategicas.aspx>

Aunque esta es una medida que ya se contemplaba en el período actual, lo cierto es que está previsto que alcance al doble de beneficiarios.

- ⇒ Introducción de mejoras en las *Organizaciones Comunes de Mercado*, con las cuales se prevé hacer más competitivas distintas producciones de gran importancia para el sector agroalimentario español como el vino o el aceite de oliva, entre otros.
- Una serie de medidas que permitirán facilitar la entrada a nuevos mercados e impulsar la competitividad e innovación en el sector, como son la *Ley de Fomento de la Integración de Cooperativas y otras Entidades Asociativas Agroalimentarias* y la *Ley de Medidas para la Mejora del Funcionamiento de la Cadena Alimentaria*.
- Las *Líneas Estratégicas para la Internacionalización del Sector Agroalimentario*, a las que ya se ha hecho referencia anteriormente, en cuya elaboración el Ministerio ha participado activamente.
- Acciones encaminadas a conseguir un “*mercado único de calidad*”, centrándose en los productos con *Calidad Diferenciada*, especialmente en las *Denominaciones de Origen Protegidas (DOP)* y las *Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP)*.

En definitiva, el sector agroalimentario ha demostrado con creces ser “*un pilar básico para la recuperación económica de nuestro país*”²¹, por lo que las autoridades públicas deben aprovechar esta oportunidad promoviendo medidas y acciones que traten de facilitar el comercio exterior de los productos alimentarios españoles, y buscar la forma de que nuestros productos, marcas y empresas adquieran reconocimiento internacional y sean apreciados en el resto del mundo, colocando a la *Marca España* en una posición privilegiada y ayudando a nuestro país a superar la difícil situación económica por la que todavía está atravesando y, lo que es más importante, a conseguir un crecimiento y evolución personal y un extra de motivación que nos lleve a no rendirnos y a seguir avanzando.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Las principales conclusiones que pueden extraerse del análisis realizado sobre el sector exterior agroalimentario español en este *Trabajo* se resumen en las siguientes:

²¹ Frase atribuida a Miguel Arias Cañete, Ex-Ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, en la presentación del *Anuario: La Alimentación en España 2013*.

1. La Economía es una Ciencia en plena construcción, en la que incluso las teorías que más perduran, como la *de la ventaja comparativa* de David Ricardo, se derrumban de vez en cuando. Sin embargo, la sociedad actual es deudora de las primeras aportaciones sobre la *teoría del comercio internacional* sin las cuales no se entendería el papel que éste ha llegado a desempeñar en nuestros días.
2. El sector agroalimentario ocupa el segundo puesto dentro de los grupos de productos españoles exportados, siendo la Unión Europea su principal destino al absorber un 75% del total exportado; fuera de ella Estados Unidos es el primer comprador, acaparando cerca del 4% de dichas exportaciones a nivel mundial.
3. En los últimos años no sólo han crecido las ventas de productos alimentarios a nivel nacional, sino que a nivel internacional lo han hecho más intensamente, manteniéndose, al menos desde 1998, el *saldo de la balanza comercial* agroalimentaria positivo año a año, con una cifra récord de *superávit* en 2012.
4. A pesar de mantener siempre una *tasa de cobertura* positiva, llama la atención la caída sufrida tanto en las importaciones como en las exportaciones del sector agroalimentario, en 2009, cifrada en más de 3.000 millones de euros en las primeras y casi 1.300 millones de euros en las segundas, debido principalmente a que la crisis económica, iniciada en 2007, atravesaba su peor momento y a la fuerte recesión que vivía España y algunos de los mayores importadores de nuestros productos.
5. Dentro del propio sector agroalimentario son los grupos de *frutas y hortalizas* los que mayor representatividad tienen en las exportaciones, concentrando un 30,4% del total. Los cítricos y el tomate son los que más ventas e ingresos en el exterior generan.
6. Resulta evidente que el gobierno, que ha comprobado el papel que desempeña sobre la economía española el sector agroalimentario, en general, y la industria alimentaria, en particular, está decidido a aprovechar esta situación: impulsando actuaciones que potencien el trinomio *Turismo, Alimentación y Gastronomía*, para atraer un mayor número de turistas y con ello más ingresos; y, favoreciendo la entrada a nuevos mercados con el establecimiento de leyes que eliminen las barreras que lo impiden. Estas actuaciones, según las previsiones, ayudarán a mejorar tanto a este sector tan importante en nuestro país como a la economía española en su conjunto.

5.2. Recomendaciones

1. A pesar de los magníficos resultados que el sector agroalimentario está dejando en los últimos años en la economía española, fundamentalmente a cuenta del comercio exterior, no hay que bajar la guardia, por lo que se hace necesario seguir apoyando al sector mediante acciones comerciales y otro tipo de medidas para todas las empresas y empresarios en materia de exportaciones, dándoles impulso para salir confiados al mercado exterior, eliminando trabas que dificulten dicha salida y aportando apoyo tanto económico como profesional y moral, tratando de ser capaces de elevar aún más el valor que para la economía nacional reportan los productos alimentarios.
2. Sabiendo que dos de los puntos clave que tiene el sector agroalimentario son su *capacidad productiva* y su *capacidad innovadora*, deberían aprovecharse estas características para continuar apostando por la innovación, la creatividad y todos aquellos aspectos que dan a los productos españoles una garantía de calidad y valor seguros, y que les permita ser altamente reconocidos y apreciados internacionalmente.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bajo Rubio, O. *Teorías del comercio internacional*. Edición: 1ª. Barcelona: Antoni Bosch editor; 1991.
- Cátedra Henry Hely G.G. *Principales teorías del comercio internacional*. Disponible en: http://catedrahenryheligg.bligoo.com.co/media/users/18/921400/files/198293/3_Principales_teor_as_del_comercio_internacional.pdf [Último acceso: 05-06-2014].
- Ekelund, R.B. y Hebert, R.F. *Historia de la teoría económica y de su método*. Madrid: McGraw-Hill; 1991.
- Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB). *Plan de Acciones de Promoción Exterior 2014*. Madrid: FIAB; 2014. Disponible en: http://www.fiab.es/archivos/documentoMenu/documentomenu_20131010170517.pdf [Último acceso: 05-06-2014].
- Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB). *Informe Económico 2009*. Madrid: FIAB; 2010. Disponible en: http://www.fiab.es/archivos/documentoMenu/documentomenu_20100525173246.pdf [Último acceso: 10-06-2014].
- Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB). *Industria Alimentaria*. Madrid; 2014.
- Fuentes Quintana, E. *La Economía del Estado en "La Riqueza de las Naciones" y en las naciones de nuestro tiempo*. Madrid: Real Academia de Ciencias Morales y Políticas; 1976.
- Instituto de Turismo de España (Turespaña): *Gastronomía española: Conocer la cocina española. Rutas del Vino de España*. Disponible en: <http://www.spain.info/es/saborea/rutas-del-vino/>. [Último acceso: 27-06-2014].
- Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). *Vinos de España*. Madrid: ICEX; 2012. Disponible en: <http://www.winesfromspain.com/>. [Último acceso: Junio de 2014].

- Krugman, P.R. y Obstfeld, M. *Economía Internacional: Teoría y Política*. Edición: 9ª. Madrid: Pearson; 2012.
- Mercasa. *Alimentación en España 2013. Comercio exterior agroalimentario*. Madrid: Mercasa; 2013. Disponible en: http://www.mercasa-ediciones.es/alimentacion_2013/pdfs/pag_025-029_Com-Exterior.pdf [Último acceso: 05-06-2014].
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (Magrama). *Anuario de Estadística 2012*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente; 2013. Disponible en: http://www.magrama.gob.es/estadistica/pags/anuario/2012/AE_2012_Completo.pdf. [Último acceso: 27-06-2014].
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (Magrama). *Líneas Estratégicas para la Internacionalización del Sector Agroalimentario mayo 2013*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente; 2013. Disponible en: http://www.magrama.gob.es/es/ministerio/planes-estrategias/lineas-estrategicas-para-la-internacionalizacion-del-sector-agroalimentario/Lineas_estrat%C3%A9gicas_internacionalizaci%C3%B3n_tcm7-278627.pdf [Último acceso: 05-06-2014].
- Ministerio de Economía y Competitividad (Mineco). *La Balanza Comercial Agroalimentaria en 2012*. Madrid: Ministerio de Economía y Competitividad; 2013. Disponible en: [http://www.comercio.mineco.gob.es/es-ES/comercio-exterior/informacion-sectorial/agroalimentarios/estadisticas/PDF/2013-10-03%20\(Corr\)Balanza%20Agroalimentaria%202012%20COMPLETA%20COLOR.pdf](http://www.comercio.mineco.gob.es/es-ES/comercio-exterior/informacion-sectorial/agroalimentarios/estadisticas/PDF/2013-10-03%20(Corr)Balanza%20Agroalimentaria%202012%20COMPLETA%20COLOR.pdf) [Último acceso: 05-06-2014].
- Myro Sánchez, R. "La competitividad exterior de la economía española y sus determinantes". *Revista de Economía* 4, Nº 7. Septiembre 2012: 51-61.
- Organización Mundial del Comercio (OMC). *Informe sobre el Comercio Mundial 2010*. Disponible en: http://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/anrep_s/world_trade_report10_s.pdf [Último acceso: 10-06-2014].
- Oyarzun de Laiglesia, F.J. *Sinopsis de la historia del pensamiento sobre economía internacional*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid (UCM); 1994.
- Ricardo, D. *Principles of Political Economy and Taxation*. London: John Murray; 1817. Edición utilizada en español: *Principios de Economía Política y de la Tributación*. Madrid: Editorial Sarpe; 1985.
- Rodríguez Braun, C. *David Ricardo: Valor, distribución y paro*. Madrid: Ediciones Pirámide; 1996.
- Schumpeter, J.A. *Historia del análisis económico*. Barcelona: Ariel; 1971.
- Smith, A. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. London: Straham y Cadell; 1776. Edición utilizada en español: *Investigación de la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones*. 4 Volúmenes. Versión de José Alonso Ortiz. Valladolid: Oficina de la Viuda e Hijos de Santander; 1794. Edición facsímil de la Junta de Castilla y León. Valladolid: Consejería de Educación y Cultura; 1996.
- Uña Juárez, O. y Hernández Sánchez, A. (Dir.). *Diccionario de Sociología*. Madrid: ESIC Editorial; 2004.

Notas de prensa

- "España será el séptimo país con mayor alza de exportaciones". *El Economista*, 21-03-2014.
- "Las exportaciones de la Industria de Alimentación y Bebidas sumaron 22.594 millones de euros en 2013". Blog de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), 05-03-2014.
- "El sector agroalimentario está llamado a ser un puntal básico en la recuperación económica de España", según Arias Cañete". *Euractiv.es*. 18-02-2014.

- *“FIAB lanza su programa de Internacionalización para 2014”*. Blog de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), 13-01-2014.
- *“Coche y bienes de equipo: motores de la exportación”*. Expansión, 21-11-2013.
- *“Arias Cañete: “El sector agroalimentario constituye uno de los pilares para la recuperación económica””*. Mercasa, 12-11-2013.
- *“La despensa ‘made in Spain’ avanza en el exterior”*. Expansión, 20-05-2013.