



**Fernando Ortega Mediero**  
Consejero y asesor Empresas Agroalimentarias

## El sector agroalimentario: la necesaria rebelión en la granja

La agroalimentación es un sector estratégico en la economía de nuestro país, liderando la tan ansiada recuperación tras la pandemia -todavía presente en nuestro devenir diario-. Las cifras sobre las exportaciones del año 2021, 60.118 millones de euros, un 11% más que en 2020, son excelentes noticias que no hace más que confirmar el óptimo funcionamiento del sector. Si bien este positivo devenir puede ralentizarse o incluso bloquearse por no tener en cuenta la evolución de diferentes magnitudes que, de una forma u otra, afectan directamente y pueden drenar esa capacidad de crecimiento, arrastre y evolución positiva. La guerra de Ucrania, deleznable e injustificable desde todos los puntos de vista, ha venido a generar en el entorno agroalimentario un factor adicional de inestabilidad a los que ya llevamos arrastrando desde hace tiempo y que aplicando flexibilidad y resiliencia se han ido capeando en función de la intensidad e influencia del factor o variable incremental, suponiendo en muchos casos una clara merma de los márgenes.

Empezaremos por el concepto más generalista, el denominado "impuesto de los pobres", la inflación, esa lluvia fina y continua que va calando en nuestras economías marcando récords históricos. Según datos del mes de febrero, el Índice de Precios al Consumo (IPC) escaló hasta un 7% (el mayor en 33 años) como resultado de subidas generalizadas en todos sus componentes y en especial los alimentos y bebidas no alcohólicas junto a los carburantes. El efecto inmediato recae sobre la negociación de los Convenios del Sector, la CEOE ya ha marcado valor máximo en el incremento de salarios, un 5%. También incidir en los cambios que introduce la Ley de Reforma Laboral, desactivados en parte durante su proceso de elaboración y aprobación, influirá de forma directa en los costes laborales parte importante de los escandallos y cuentas de resultados.

El año 2021 ya se empezaron a generar avisos y alarmas en diferentes insumos que integran el escandallo de producción y comercialización de nuestros productos. La lista es larga e influye directamente en los costes productivos y logísticos. La energía y combustibles con aumentos desmesurados teniendo en cuenta lo intensivo que son nuestras industrias en estos recursos (ej. instalaciones frigoríficas). Pero además este coste influye en el coste de otros insumos (ej. fer-



tilizantes, semillas, abonos, plaguicidas, transporte, envases...) de forma que redonda de nuevo en nuestro escándalo.

A estos temas cabe adicionar las repercusiones por las diferentes normativas tales como el anteproyecto de la Ley de Residuos y Suelos Contaminados, Ley de Cadena Alimentaria, Proyecto de Real Decreto de Envases y Residuos de Envases, cumplimiento de ODS, los objetivos establecidos en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero generan la necesidad de acompañar la implantación de las mismas con la afectación a los resultados de las empresas con la finalidad de no dañar la competitividad.

Llegados este punto es preciso recordar la conformación de nuestro sector en forma de cadena de valor y como se transmite de forma directa desde el primer eslabón -agricultor, fabricante, comercializador/distribuidor- hasta el último repercutiendo al final en el consumidor y por tanto en un aumento continuado de precios. Nuestro ecosistema agroalimentario es complejo y no siempre perfecto, constituido por gran variedad y cantidad de elementos que interaccionan de forma diversa con intereses en muchos casos contrapuestos. Los eslabones constitutivos tienen pesos específicos y poderes diferentes que se traducen en un reparto sin repercusión objetiva y ponderada del citado incremento de los costes, cada uno establecerá su estrategia sin observar lo que pueda afectar aguas arriba o aguas abajo de la posición donde te encuentres. Tu potencial, tu marca, tu integración en la cadena establecerán las posiciones en la negociación y probablemente el resultado.



■

**Debemos ser capaces de generar modelos de negocio productivos, de suministro y de comercio que sean flexibles**

■

Todo este totum revolutum del pasado, del presente, de acontecimientos no previstos genera en seguida necesidad de planteamientos que actualicen de forma urgente nuestras estrategias que seguramente en entornos ya considerados eran los adecuados y que ahora hay que revisar, me refiero a los plazos y políticas establecidas por el GREEN DEAL y su derivada de FARM TO FORK. Ahora la prioridad es mantener los suministros y también nuestros mercados de venta, si nuestra externalización no funciona (caso Ucrania o países del este) tendremos que ir a otros mercados (ej. Americano, pero entonces ¿qué pasa con los OGM?). ¿Hacemos más laxas las condiciones sanitarias de producto y comercialización con otros países?

Debemos ser capaces de generar modelos de negocio productivos, de suministro y de comercio que sean flexibles y adaptables a las circunstancias obviamente sin dejar de tener la referencia en la sostenibilidad y junto a ella nuestro consumidor como origen de las necesidades y cierre final de nuestra cadena de valor. Si hay una variación en una variable de mercado, pongamos el ejemplo de un ingrediente o de una materia prima, se debe tener considerada su alternativa no tan solo desde el punto de vista tecnológico, sino también de su cadena de suministro y valor.

La pandemia generó nuevas tendencias y hábitos en el consumo, una clara apuesta por la cercanía por productos más locales, por cadenas cortas de producción y abastecimiento junto a unidades de transformación y comercialización flexibles y dinámicas con incorporación de alto nivel tecnológico e innovativo. ¿Por qué no dar continuidad a lo generado? Modelos de negocio basados en proyectos transversales, integrados e integrales y con una visión conjunta y participativa de los diferentes eslabones. Todo ello en base a una clara apuesta por la innovación, la implementación de tecnología (*agro/foodtech* y transformación digital), la incorporación y retención de talento con la más que creciente polarización del consumidor a ritmo de nuevas modas y tendencias son el caldo de cultivo idóneo para la Rebelión en la Granja que entre todos debemos ser capaces de generar para adaptar nuestro sector agroalimentario a los retos presentes y futuros.