

# Agroalimentación

## 1.-TENDENCIAS GENERALES

La industria agroalimentaria es la primera industria manufacturera europea. Mueve unos 930.000 millones de euros al año. En España es un sector también muy fuerte, con una facturación de 85.000 millones de euros, de los que 17.000 millones corresponden a las exportaciones. Está muy condicionada por el sector agrario del entorno y, para la producción, busca la proximidad de las materias primas. En los últimos tiempos en torno a éstas no sólo se ha generado, como consecuencia de la globalización, una nueva dinámica, con el desplazamiento de cultivos y cambios de orientación de los mismos –por ejemplo, para destinarlos a la producción de biocombustibles en vez de la a alimentación-- sino que se ha comenzado a profundizar en una variable muy vinculada a la investigación, como es la *mejora genética de cultivos*, con la que se buscan objetivos como:

- alimentos mejorados genéticamente con mayor valor nutricional
- incremento de la producción mediante la adecuación de las condiciones locales
- o el aumento de la resistencia a enfermedades y plagas para evitar o reducir el uso de pesticidas.

Por otra parte, han surgido la agricultura y ganadería ecológicas, como una oferta diferenciada que se dirige a sectores de la población especialmente sensibilizados con el medio ambiente y su influencia sobre la salud.

En lo que respecta a la comercialización de los productos de la industria agroalimentaria son determinantes la distribución, la calidad y la imagen. Las garantías de salubridad, las mejoras tecnológicas incorporadas a los productos en sus fases de elaboración y consumo como consecuencia de la investigación, la innovación en la presentación y la publicidad son aspectos que influyen de forma importante en el público comprador.

## 2.-LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA EN ASTURIAS

### 2.1.-Aspectos generales.

Con una participación en torno al 13% en el VAPpb (Valor añadido bruto a precios básicos) la industria agroalimentaria es, por importancia, la tercera rama de la industria asturiana tras el sector metalúrgico (39%) y el energético (14%). Su cifra de negocio se sitúa en torno a los 2000 millones de euros. Posee un importante efecto de arrastre sobre la economía asturiana. Tiene, sin embargo, una modesta presencia en el comercio exterior, donde, por otra parte, su saldo es negativo.

En conjunto, la industria agroalimentaria asturiana da empleo a unas 8.500 personas. Importantes multinacionales del sector están presentes en Asturias, ya sea con fábricas propias (Nestlé, Danone) o participando accionarialmente en empresas de capital

mayoritario asturiano, como Central Lechera Asturiana, la mayor empresa del sector. El tamaño medio de las 700 empresas agroalimentarias asturianas, es, sin embargo, pequeño: poco más de diez trabajadores. Tras crecer espectacularmente entre 1968 y 1978, por efecto de la diversificación de las industrias lácteas, el sector resisitó mejor que el conjunto de la media la fortísima reconversión a que se enfrentó la industria asturiana en los años setenta y ochenta del siglo XX.

**2.1.1.-Subsectores.** Los principales subsectores de la industria agroalimentaria asturiana son, por orden de importancia actual, los siguientes:

a) Las industrias lácteas. Es el subsector más fuerte. Genera en torno al 45% del VAB del sector y el 25% del empleo. Tiene, además un peso muy importante (el 15%) en el subsector nacional correspondiente.

b) Las industrias de bebidas. Participan con un 18% en VAB del sector. El embotellado de agua mineral tiene un tamaño aceptable, pero es la sidra el punto fuerte de este apartado. Asturias produce unos 80 millones de litros de sidra al año, de los que 40-50 son de sidra natural y de ellos, la gran mayoría de sidra no filtrada – la de mayor consumo en la región-- , teniendo una participación todavía muy pequeña la llamada sidra de nueva expresión. La sidra espumosa o gasificada sigue aportando una producción importante. Asturias es, con gran diferencia, la primera productora de sidra de España, y la mayor consumidora también. La mayor parte de la sidra natural asturiana se consume en las 6.000 sidrerías de la región.

La producción vinícola, es pequeña, unos 3.000 hectolitros, pero en los últimos años está tratando de romper la inercia que la mantenía limitada al ámbito comarcal donde se produce o al simple autoconsumo.

c) Las industrias cárnicas. Aportan el 14% del sector. Tiene especial importancia el polo de Noreña, que ha consolidado una especialización muy enraizada en la zona..

d) Otras industrias alimentarias: panadería, piensos, confitería.

e) Los quesos artesanales asturianos. Es conocido el hecho de que Asturias ofrece, por su diversidad, la mayor mancha quesera de Europa, con más de 30 productos artesanales diferenciados. Hay tres con denominación de origen --cabrales, gamonéu y afuega'l pitu-- y otros que pueden llegar a obtenerla. En conjunto los quesos artesanales asturianos gozan de un prestigio creciente, pero, con la excepción del cabrales. su producción es corta y su comercialización deficiente.

f) Comercialización de café. Hay varias empresas, algunas con plantas de cierta importancia, dedicadas al tostado y envasado de café.

f) Conservas de pescado. Cerradas todas las plantas que las grandes conserveras tenían en Asturias, se mantienen varias pequeñas empresas que han logrado hacerse con un hueco en el mercado fabricando productos especializados.

f) Otros productos en conserva. Son relativamente abundantes las empresas de pequeño tamaño que envasan miel o mermeladas.

**2.1.2.-Materias primas.** La industria agroalimentaria asturiana registra una fuerte dependencia del sector agrario de la región, como revelan los estudios input-output. En la tabla elaborada por SADEI en 1995 se reflejaba que el 50% de sus inputs procedían de las actividades agrícolas y ganaderas de la región. La fuerte especialización en gandería de vacuno por la que el campo asturiano optó a partir de la segunda mitad del siglo XX se traduce en la actualidad en que la participación del sector lácteo en la producción final agraria asturiana es del orden del 47% cuando en Europa llega al 13% y en el conjunto de España se queda en 5,8%.

En los últimos años se ha registrado una apreciable recuperación en la producción frutícola, especialmente de manzana, estimulada por la demanda del sector sidrero. Por primera vez se han plantado pomaradas de gran extensión (una de 80 hectáreas

en Sariego, por el grupo Masaveu; otras, de menor tamaño, en las cuencas mineras, en antiguas minas a cielo abierto), próximas a entrar en producción. El cultivo del kiwi ha sido implantado con éxito: con unas 2.500 toneladas de producción al año, la cuota de Asturias es en el conjunto de la producción española llega al 20%.

**2.1.3.-Competitividad.**Según un reciente estudio del profesor Joaquín Lorences, la industria agroalimentaria asturiana, no se encuentra entre las ocho actividades productivas asturianas que se sitúan al más alto nivel de competitividad en España (energía eléctrica, gas y agua; textil y confección; química; metalurgia y fabricación de productos metálicos; otros productos minerales no metálicos; actividades sanitarias y veterinarias; y educación), pero su productividad es superior a la media estatal.

## **2.2.-Problemas de la industria agroalimentaria asturiana**

De pequeño tamaño y poco propicias a asociarse, la mayoría de las empresas asturianas de agroalimentación, obligadas a vender fuera de la región si quieren crecer y aún subsistir, deben superar diversos problemas y carencias.

**2.2.1.-Resistencia al asociacionismo.**-Según una encuesta realizada recientemente entre las empresas del sector la capacidad de producción es buena o muy buena para un 69% de los empresarios, en tanto que la tecnológica se sitúa a un nivel inferior: un 57%. La cualificación de los trabajadores es de tipo medio. Pero las expectativas de crecimiento se contemplan como escasas: así lo declara el 67% de los empresarios. Ellos mismos constatan una carencia alta de I+D+i, pero, pese a ello, un 76% reconoce que no ha desarrollado ningún proyecto de colaboración con otras empresas y/o centros de investigación frente a un 22% que sí lo desarrolló. El individualismo es un rasgo característico del sector: apenas el 9% de los empresarios se declaran proclives a asociarse frente a un 50% que solo se ven algo inclinados y un 36% que no se sienten proclives. Esa actitud individualista tiene repercusiones claramente desfavorables.

**2.2.2.Insuficiente investigación.**-La misma encuesta refleja que los empresarios constatan una carencia importante de I+D+i en sus empresas, pero que, pese a ello, un 76% no ha desarrollado ningún proyecto de colaboración con otras empresas en este campo frente a un 27% que sí lo hizo.

**2.2.3.-Falta de estandarización de los productos.**-Es una consecuencia directa de la dispersión y atomización del sector.

**2.3.-Ventajas a aprovechar.**-Hay algunos aspectos favorables en los que la industria agroalimentaria asturiana podría y debería apoyarse.

**2.3.1.-Imagen positiva.** Los productos alimenticios asturianos tienen buena imagen en España, donde son asociados por los consumidores a un medio natural rico y bien conservado. Las encuestas lo revelan. Desde hace bastantes años la principal empresa del sector, Central Lechera Asturiana, ha centrado sus campañas de publicidad en explotar ese rasgo favorable.

**2.3.2.-Posibilidades de investigación.**-A las relacionadas con la iniciativa de las empresas –solas o en asociación-- o a la colaboración con la Universidad se ha añadido una nueva oportunidad, de considerable importancia. Las empresas relacionadas con el sector lácteo pueden beneficiarse desde el año 2005 del funcionamiento en la región del Instituto de Productos Lácteos de Asturias (IPLA), dependiente del Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Con una plantilla de 60 trabajadores, tiene los siguientes departamentos:

- Tecnología y biotecnología de los productos lácteos.
- Microbiología y bioquímica de productos lácteos.
- Productos lácteos y salud.

El IPLA realiza investigación básica y aplicada. Un ejemplo de esta última es el estudio realizado para una empresa de Morcín cuyo resultado ha sido la fabricación de un envase para el queso afuega'l pitu que, gracias a la utilización de un gas inerte, amplía considerablemente el tiempo de conservación del producto sin pérdida de ninguna de sus cualidades, con lo que mejora las posibilidades en el mercado de un producto antes limitado por su condición de altamente perecedero.

### **3.OPORTUNIDADES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO**

La industria agroalimentaria tiene un evidente potencial en Asturias. Se considera que su capacidad productiva está infrautilizada, ya que con las actuales instalaciones podría duplicar su producción actual. Expertos en la materia sostienen que puede ser uno de los sectores tracteros de la economía asturiana. Pero para hacer efectiva esa potencialidad debe poner plenamente en valor alguna de sus ventajas, así como superar algunas limitaciones bien conocidas.

Posibles líneas de progreso:

**3.1.-Mejoras en el campo asturiano.** La industria agroalimentaria está muy condicionada por el sector agrario, que le suministra la materia prima. Una mayor eficiencia del sector primario repercutirá favorablemente en el sector.

**3.1.2.-Más tierras para la gandería.-** En el caso de Asturias el sector lácteo, con gran diferencia el de mayor peso, se ve seriamente condicionado por factores que limitan su productividad. Así, siendo Asturias una región en la que abundan los pastos naturales, no logra rentabilizar esa ventaja comparativa. Una de las razones es que las explotaciones lecheras de Asturias disponen de una superficie muy inferior a la que necesitan. Según Cándido Pañeda, catedrático Economía Aplicada, tienen la cuarta parte del promedio de las de la Unión Europea. Muchos ganaderos necesitan más tierra para mejorar la rentabilidad de sus explotaciones, pero no pueden conseguirla porque es un mercado prácticamente fosilizado. No se venden tierras, aunque se encuentren poco aprovechadas o permanezcan improductivas.

**3.2.-Capacidad de adaptación: leche o carne.-**Aunque hasta el momento esa tendencia no se haya trasladado a lo que paga el consumidor, los precios de la leche están descendiendo y seguramente lo harán más todavía en el futuro. Los precios de intervención de la UE marcan esa tendencia desde hace tiempo. Asturias debe estar preparada para adaptarse a una nueva situación, que, junto con la incertidumbre que puede producir la supresión de las cuotas lácteas, puede inducir al abandono a parte de los ganaderos de leche. En ese caso la oportunidad de Asturias estaría en realizar un rápido trasvase de medios a la producción de carne, para la que Asturias está, en principio bien posicionada para ofrecer productos de gran valor añadido, ya sea en fresco o con desarrollo tecnológico.

**3.3.-Fomento de la investigación.-**Solo las grandes empresas del sector tienen capacidad para acometer por sí mismas esa tarea, que resulta imprescindible para competir. La asociación permite plantearse objetivos más ambiciosos. Pero, sobre todo, se debe aprovechar la existencia en Asturias de organismos cuyo objetivo es la investigación. Son el caso del Serida, dependiente del Principado, dedicado a la investigación de los productos del campo, y el IPLA, dependiente del CSIC, centrado en la investigación de la leche y sus derivados.

**3.4.-Vender fuera de Asturias.-**El mercado asturiano es pequeño y puede llegar a saturarse. Si eso ocurre, debe buscar su expansión fuera de la región. Es el caso concreto de la sidra, un sector que, tras hacer un brillante recorrido de

modernización, con hitos muy destacados –renovación tecnológica, consecución de la denominación de origen, etc.--se encuentra cerca de un techo contra el que acabará estrellándose si no logra vender fuera de Asturias. Esa ampliación del mercado, sin duda, difícil, requiere un esfuerzo del sector y también apoyos. El que le prestó recientemente el Ministerio de Agricultura al financiar una campaña de divulgación deberá tener continuación con otras medidas similares.

**3.5.-Rentabilizar los atributos de origen.-**En todo caso, se trataría de un caso más, generalizable al conjunto de la industria agroalimentaria asturiana, de rentabilizar los atributos de origen de los productos alimenticios asturianos. Todas las encuestas reflejan que los productos de Asturias tienen una buena imagen en España, pues se les asocia a un medio natural privilegiado y bien conservado. Sin embargo, Asturias no ha tirado nunca con fuerza de ese hilo. El Principado ha difundido la marca de “Paraiso Natural”, pero centrándola en la promoción turística. Queda por realizar una promoción semejante de los productos alimenticios asturianos. Alguna de las grandes empresas del sector ya lo está haciendo por su cuenta. Es, por ejemplo, el caso de Central Lechera, que descubrió empíricamente que el mejor reclamo para sus productos era subrayar su condición de asturianos. Muchas empresas, medianas y pequeñas, no tienen, sin embargo, capacidad para afrontar por sí mismas campañas de ese tipo. Por eso precisan unir sus fuerzas y probablemente requerir el apoyo de la Administración.

Las marcas blancas son menos interesantes para Asturias que las que permiten una clara identificación con la región.

**3.6.-Fomento de las iniciativas locales.-**Su relación explícita con el medio natural les puede dar un valor añadido en el mercado.

**3.7.-Mejora de la comercialización.-** El pequeño tamaño de muchas empresas limita su capacidad para entrar en las grandes redes de distribución. La respuesta más eficaz a ese problema es la asociación, no solo entre las empresas medianas y pequeñas sino, y sobre todo, de éstas con las grandes. Consta que Central Lechera Asturiana ha ofrecido en alguna ocasión a los productores de quesos artesanales la utilización de su red de distribución.

**3.8.-Mejor presentación de los productos.-**En muchos casos los envases son poco atractivos o poco eficaces para conservar las cualidades del producto. Ocurre a menudo con los quesos, cuya variedad, calidad y riqueza apenas ha comenzado a ser explotada.

**3.9.-Recuperar productos eclipsados.-**Hay productos asturianos excelentes que pasan por un periodo de eclipse. Es, por ejemplo, el caso de la mantequilla, cuya calidad es comparable e incluso superior a la de otras que tienen denominaciones de origen, como la de Soria o la de Cataluña. Necesitan de una promoción adecuada para emerger en toda su potencialidad. En otros casos se han producido ya reorientaciones adecuadas, que señalan la buena dirección para superar baches coyunturales. Es el caso de las conservas de pescado. Los grandes fabricantes han cerrado sus instalaciones en Asturias, pero varias pequeñas empresas han logrado sobrevivir a base de centrar su producción en nuevas elaboraciones en línea con las llamadas “delicatessen”.

**3.10.-Productos ecológicos.-**La agricultura y ganadería ecológica es una nueva oportunidad. Sus productos, en fresco o transformados, se dirigen a un tipo de consumidor de nivel medio-alto que está dispuesto a pagar un precio superior a cambio de más respeto al medio ambiente y mayores garantías de salubridad. Asturias está, en principio, bien posicionada para aprovechar este nuevo nicho de mercado. En los últimos años la agricultura ecológica ha experimentado un apreciable crecimiento en Asturias. De 6.000 hectáreas ocupadas en 2007 pasó a 13.500 en 2009. Y en ganadería de carne los productores pasaron de 86 a 300. en

paralelo se ha registrado un esfuerzo por la recuperación de razas autóctonas. El llamado gochu celta pasó de ser una rareza casi inexistente a contar más de mil ejemplares en la actualidad, lo que ha abierto expectativas para comenzar a desarrollar una industria chacinera para aprovechar la carne de esta raza.

#### **4.-HOJA DE RUTA**

Como líneas de actuación para superar los problemas que afectan en la actualidad a la industria agroalimentaria asturiana y para aprovechar las oportunidades que se le ofrecen pueden mencionarse entre otras:

**4.1.Mejora genética de cultivos.**-Es imprescindible trabajar en este terreno para mejorar rendimientos y responder a las exigencias del mercado.

**4.2.-Más tierras para los ganaderos.**-Las instituciones públicas podrían ayudar a resolver ese problema básico, creando mecanismos para desbloquear la situación actual, en la que muchos ganaderos no pueden rentabilizar sus explotaciones por no disponer de la superficie suficiente de pastos.. Se trataría de garantizar la liquidez al propietario que deseara recuperar su parcela en cualquier momento y la tierra el ganadero para que su explotación sea viable. Si la Administración lograra movilizar la tierra en la región y ponerla a disposición de los ganaderos, la ganadería asturiana saldría reforzada, pues los ganaderos asturianos han demostrado que son tan competitivos como los de cualquier otra parte de la Unión Europea.

**4.3.-Impulsar las iniciativas locales.**- Lo más efectivo sería vincularlas al medio natural para que puedan beneficiarse de los atributos de origen que distinguen en la actualidad en España a los productos asturianos..

**4.4.-Fomento del asociacionismo entre los empresarios del sector.** Para incorporar I+D+i. Y para vender fuera de Asturias.

**4.5.-Fomento de la investigación.**-Utilizando los organismos existentes, como el IPLA, el Serida o la Universidad.

**4.6.-Mejora de la comercialización.**-Muchos pequeños productores tienen graves problemas para llegar al mercado fuera de Asturias. Podrían conseguirlo si logran la colaboración de las grandes empresas de la región para utilizar sus redes comerciales.

**4.7.-Mejora de la presentación de los productos.**-Introducir mejoras en los envases para hacer más atractiva la presentación y, a la vez, garantizar y ampliar la conservación en el caso de los productos más perecederos. Introducir la rotulación en otros idiomas.

**4.8.-Oferta de productos exclusivos.**-Orientados a satisfacer la demanda de colectivos que exigen requisitos especiales a lo que consumen. Los productos ecológicos centrarían en este apartado. Obtener refrendos de garantía, como el de la Agencia Europea de Seguridad Alimentaria.

**4.9.-Campañas promocionales de los productos asturianos.**-Productos como la sidra o los quesos, que tienen una gran aceptación entre los turistas que visitan Asturias, son poco conocidos fuera de la región. Esperan, sin duda, unas buenas campañas promocionales para ampliar su mercado. La Administración debería colaborar en ese objetivo.

**4.10.-Gran campaña para aprovechar la buena imagen de Asturias.**- Asturias tiene en España una imagen muy positiva. Se la considera una región con una Naturaleza privilegiada que, además, está bien conservada. Los productos alimenticios asturianos se benefician directamente de esa valoración, pero de forma todavía sólo incipiente. Es preciso resaltar esa identificación, lo que se puede conseguir a través de campañas publicitarias bien orientadas. Algunas empresas con capacidad para ello, como Central Lechera Asturiana, ya lo están haciendo. Otras, más pequeñas, no tienen capacidad para emprenderlo por sí mismas. La Administración autonómica debería liderar ese proceso, que ya tiene resuelto el aspecto más difícil, que es la creación de una imagen positiva, pero que necesita un gran esfuerzo de difusión. Una campaña de esas características, intensa y sostenida en el tiempo, no se ha hecho nunca. El sector agroalimentario asturiano la necesita como un requisito básico para demostrar que la potencialidad que se le atribuye responde a una capacidad real.

## BIBLIOGRAFIA

### **Estrategias para la reindustrialización de Asturias**

Manuel Castells, director. Madrid, 1994

### **La industria láctea en España**

Carlos Buxadé Carbó, director. 2004

### **Impacto del cese anticipado en el sector agrario asturiano (1987-2000)**

Jesús Arango Fernández. Universidad de Oviedo. 2002

### **Competitividad de la industria asturiana**

Joaquín Lorences. Oviedo. 2009

### **Sociedad Asturiana de Estudios Económicos e Industriales (Sadei)**

Diversas publicaciones

