

«Perspectivas del sector agroalimentario»

El sector agroalimentario abarca todas las actividades relacionadas con la producción, transformación y comercialización de productos agrarios y alimentarios. Su importancia es manifiesta en todos los países desarrollados. La alimentación sigue siendo, no sólo una necesidad para la cual los consumidores destinan importantes cantidades de dinero, sino que es fuente de continua preocupación por los efectos que tiene sobre la salud. El medio rural recibe una atención que antes no tenía con la misma intensidad. La calidad de vida de las personas que viven en ese entorno es valorada, al margen de realizar su actividad laboral en otros sectores como la industria y los servicios. En este trabajo se reflexiona, de una manera generalizada, sobre las principales facetas que afectarán al sector agroalimentario en el futuro: desarrollo rural, industrialización y comercialización, consumo alimentario, medio ambiente, tecnología, organización y política agroalimentaria.

Sektore agroalimentarioak, nekazaritzako produktu eta janariak produzitu, eraldatu eta merkaturatzearekin zerikusia duten iharduera guztiak besarkatzen ditu. Eta bere garrantzia ere nabaria da herrialde garatu guztietan. Ez dago zalantzarik, elikadurak, kontsumitzaileen diru-kopuru handien destinoa izateaz gain, etengabeko kezka-iturri bat ere izanez jarraitzen duela, osasunean dituen ondorioengatik. Horregatik, nekazal mundua, lehen ez bezalako ardura eta begiramenduen xede dugu gaur egun. Ingurune horretan bizi diren pertsonen bizi-kalitatea ere baloratu egiten da, horien ian-iharduera industria eta zerbitzuak bezalako beste sektoretan egikaritzen den ala ez kontutan hartu gabe. Lan honetan, sektore agroalimentarioari etorkizunean erasango dioten faktore nagusienak hartzen dira gogoeta-gai bezala, hala nola laborantzaren garapen, industrializazio eta komertzializazioa, janari-kontsumoa, ingurugiroa, teknologia, antolamendu eta politika agroalimentarioa, etab, gaingiroki hartuta bada ere.

The agro-foods sector covers all activities relating to production, processing and marketing of agricultural and food products. Its importance is clear in all developed countries. Food continues to be, not only a need for which consumers allocate large amounts of money, but is a constant source of concern for the effect it has on health. Rural areas are now receiving a level of attention unheard of before. The quality of life of those persons who live in that environment is valued, irrespective of carrying out their work in other sectors such as industry and services. In this study, general reflections are made on the main aspects which will affect the agro-food sector in the future: rural development, industrialisation and marketing, food consumption, technology, agro-food organisation and policy.

- 1. Desarrollo rural.**
- 2. Industrialización y comercialización.**
- 3. Consumo alimentario.**
- 4. Medio ambiente.**
- 5. Tecnología.**
- 6. Organización.**
- 7. Política agroalimentaria.**
- 8. Conclusiones.**

Palabras clave: Desarrollo rural, industrialización, comercialización, consumo alimentario, medio ambiente, tecnología agraria, política agroalimentaria.

Nº de clasificación JEL: O13, Q1, Q13, Q16, Q17, Q18, Q2

La actual dinámica de los procesos sociales y económicos es tan intensa que el concepto de estabilidad tiene un sentido diferente al que existía hace unas décadas. La evolución se da de una manera rápida y constante, sin grandes rupturas, aun cuando resulta difícil asimilar los cambios y más adaptarse o sacar provecho de los mismos.

El sector agrario está inmerso en este proceso en su doble vertiente agraria y alimentaria. No tiene ya sentido hablar sólo del sector agrario sin considerar también la parte alimentaria. Esto no supone que las funciones básicas hayan cambiado, ya que su fin primordial sigue siendo el de abastecer de alimentos a la población. En momentos en los que los mercados se encuentran a un alto nivel de saturación, es imprescindible tener en consideración la venta de los productos y las repercusiones que su consumo pueden tener en la sociedad.

Se pretende realizar unas reflexiones que, dentro del nivel de abstracción y generalización necesarios, permitan realizar un análisis de situaciones actuales o futuras del País Vasco.

El trabajo está estructurado de tal manera que se repasan, desde la producción al consumo, todos aquellos aspectos que se han considerado como los más importantes.

Se han contemplado los siguientes apartados: desarrollo rural, industrialización y comercialización, consumo alimentario, medio ambiente, tecnología, organización y política agroalimentaria. Al final, a modo de recapitulación, se presentan las conclusiones.

1. DESARROLLO RURAL

Las diferentes experiencias sobre desarrollo rural que se dan por el mundo ni son coincidentes en su planteamiento ni en sus resultados. Las circunstancias históricas, socioeconómicas, geográficas, políticas y demás, han condicionado enormemente el desarrollo.

La palabra desarrollo es algo por lo que cualquier político o científico se siente atraído. Frecuentemente el desarrollo ha ido unido a la valoración económica. Además se ha tratado de evaluar de una manera muy simplista.

Si en cualquier circunstancia la comparación de rentas es algo inevitable para analizar los desequilibrios sociales, resulta imperativo comparar otros parámetros económicos y sociales entre la población agraria y la población que tiene su principal actividad en otros sectores económicos.

La estricta valoración económica tenía su sentido cuando se partía de niveles bajos de subsistencia, en los que la consecución de ciertos niveles de disponibilidad monetaria para los agricultores era primordial.

En los países con altos ingresos per cápita y con una población activa pequeña dedicada a la producción de productos agrarios, el desarrollo rural es complejo.

En muchas ocasiones, particularmente en Europa, los núcleos productivos agrarios están cercanos a urbes de mayor o menor importancia, por lo que el entorno deja de ser meramente rural. La población vive en áreas comunes desde las que accede a sus diversas y múltiples actividades, entre las que la agricultura a tiempo parcial es una de ellas.

Las comparaciones entre los modos de vida son inevitables. Abarcan muchas pautas, desde aspectos globales como la consideración social que cada actividad puede merecer dentro de la comunidad en la que se habita, hasta aspectos puntuales como la distancia entre residencia y trabajo.

La sociedad es más sofisticada en la valoración de su hábitat y empieza a tener en cuenta aspectos vivenciales en los que el ocio ocupa una consideración importante. El acceso a la información y la formación resulta más homogéneo para todas las actividades. Los viajes y la intercomunicación entre países y pueblos fuerza a comparar y cambiar las pautas de comportamiento. Las exigencias sociales son más homogéneas entre los diferentes sectores de la población y el bienestar social va acompañado al acceso a los servicios. Los aspectos cualitativos suelen recibir una alta consideración y se valoran junto a medidas cuantitativas.

La agricultura a tiempo parcial, para aquellas personas que tienen su principal empleo o actividad en la industria y servicios, tiene el atractivo no sólo de complementar sus ingresos, sino que contribuye a compensar toda una

serie de limitaciones y frustraciones que conllevan los cerrados ambientes industriales y de servicios.

Si los espacios abiertos y la ocupación alternativa tienen una consideración casi de ocio, las áreas geográficas montañosas son un privilegio para aquellos que tienen acceso a esos lugares. La sociedad, consciente de este nuevo papel del espacio rural, suele tomar determinaciones políticas para mantener el desarrollo rural. La transferencia de ingresos y el fortalecimiento de los servicios son dos métodos muy comunes.

Es primordial para el desarrollo rural que la sociedad sea consciente de que el medio rural puede jugar un papel muy diferente al que tradicionalmente se le ha atribuido. No es sólo un soporte de las actividades productivas sino que suministra servicios relacionados con el ocio. La estética y el placer son entonces altamente valorados.

En el caso de aquellas áreas que se van a dedicar totalmente a la producción de materias primas es necesario continuar con un aumento de la superficie por explotación y de capital invertido en las mismas. Las productividades crecen para poder competir en el mercado y la producción ha de ser de alta calidad para poder ser usada en los siguientes eslabones industriales o comerciales.

La producción tiende a estar concentrada en un menor número de explotaciones. La emigración favorece este proceso de concentración. La falta de mano de obra empuja a una mayor mecanización y automatización.

Dado el alto coste de la mano de obra, la agricultura familiar tiene una mejor defensa y es capaz de absorber mejor las fluctuaciones de los precios de mercado, aún a costa de una menor remuneración al factor trabajo.

El empleo de la informática, aunque incipiente actualmente, supondrá un verdadero revulsivo para la mejora de todo el sistema productivo. Sólo mediante los ordenadores se es capaz de acumular toda la información necesaria y procesarla adecuadamente para poder obtener conclusiones precisas.

Las fuertes inversiones de capital suponen un elevado grado de planificación con un mayor horizonte para recuperar el dinero. Además, la

interrelación actual de los mercados internacionales hace que desde el medio rural se esté obligado a seguir esos movimientos y no sólo las producciones de carácter local o nacional.

No se puede generalizar que la producción de un determinado cultivo o animal sea ventajosa o desventajosa, sino más bien hay que especificar. Sólo las nuevas variedades y la gama alta de calidades son susceptibles de obtener notables beneficios.

Desde la producción se ha de estar más atento a lo que ocurre con el consumo y adaptarse a él lo más rápidamente posible. Los requisitos impuestos por los siguientes eslabones industriales y comerciales son cruciales. Los contratos son la expresión más común del acuerdo y conjunción de esfuerzos, a la vez que una manera de minimizar los riesgos.

2. INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

La transformación de las materias primas producidas es y será cada vez mayor. La industrialización va ligada a la comercialización de los productos. Ambos procesos han ido adquiriendo una enorme fuerza en el sistema agroalimentario. La concentración industrial y comercial ejercen su influencia y mandato sobre la producción, que normalmente está dispersa.

La localización de las industrias está, en muchos casos, más cercana a los mercados que a las materias primas. Se tiene en cuenta no tanto la distancia sino la accesibilidad y rapidez para conseguir suministros. La creación de productos de alto valor añadido conlleva la necesidad de localizarse en entornos en los que exista infraestructura humana y material suficientes. Las comunicaciones tienen su importancia y la proximidad a los centros de distribución puede ser determinante.

La oferta de productos transformados tiene condicionantes industriales y características que, a veces, en poco suelen parecerse a los productos originales. Los consumidores encuentran en el mercado productos identificables por su materia prima pero que se mezclan con otros ingredientes de carácter

vegetal o mineral en complicadas formulaciones.

Los tratamientos industriales deben seguir un restrictivo marco legislativo que marca los niveles de calidad y que cada vez más se basa en normas de acuerdos internacionales. La violación o incumplimiento de estos requisitos se usan como barreras para el freno del comercio internacional.

Independientemente de las normas administrativas las industrias agroalimentarias requieren como condición indispensable disponer de materias primas de alta calidad. Se tiene muy en cuenta la regularidad en los suministros y en la calidad. Se tiende al trato con grandes unidades productivas, bien independientes o asociadas. El cumplimiento de estos requisitos, primordiales para la industria agroalimentaria, supone el pago de unos mayores precios.

La seguridad es un factor importante en la planificación. Los riesgos se tratan de minimizar mediante el uso generalizado de contratos. En la negociación de los acuerdos la asociación de productores es importante para poder hacer frente a la concentración industrial.

Las industrias marcan, en gran medida, el tipo de producción por tener un mejor conocimiento del mercado. Las semillas y los principales inputs agrarios están manejados por oligopolios que determinan qué y cómo producir.

La integración vertical y horizontal de empresas va en aumento, con lo cual el mercado pierde transparencia pero seguramente gana agilidad. La transmisión de la información es más rápida y la puesta en acción de los cambios productivos más precisa. Los precios de mercado a nivel mayorista ya no tienen el simbolismo que se les daba anteriormente como señales transparentes del estado de la oferta y la demanda, sino que pasan a ser referencias menos válidas pero, aún así, ampliamente recogidas en los contratos.

La contratación electrónica va en aumento, si bien es necesario contar con una normalización conocida y usada de manera generalizada por los agentes del mercado.

La comercialización está jugando un papel cada vez más importante. La

saturación de los mercados hace que se intensifique el esfuerzo en las ventas y el contacto cercano con el mercado supone un mejor conocimiento del mismo.

La distribución, a nivel minorista y mayorista, está en constante evolución. La concentración en ambos casos es el factor determinante. Las cadenas comerciales amplían su implantación y se preocupan de crear una imagen determinada. El precio puede no ser el mayor condicionante y la difícil evaluación precio/calidad está siempre presente.

Las cadenas comerciales de origen y extensión local se van expandiendo a otras áreas o bien se asocian con empresas similares. Este desarrollo hace que los productos pasen, en menor medida, por los mercados mayoristas y que las centrales de compras sean el punto de encuentro con los productores.

El mercado más común de venta, a nivel detallista, son los autoservicios, en donde se incrementa la productividad de la mano de obra empleada. Este régimen de venta ha cambiado radicalmente la comunicación entre vendedor y comprador.

La información del envase es cuidadosamente diseñada y la atracción al cliente se basa en medios visuales. La distribución de los productos en los comercios, el diseño de los productos y los mensajes a través de la televisión son claros ejemplos del impacto visual.

Las marcas son cuidadosamente estudiadas y la estrategia de su lanzamiento requiere un gran esfuerzo de investigación del mercado, planificación del producto y apuesta empresarial.

La creación de nuevos productos es constante y, a la vez, su existencia es efímera en el tiempo. Se busca la diferenciación y para ello se recurre, en ocasiones, a pequeñas modificaciones tratando de alcanzar a los diferentes segmentos del mercado y satisfacer sus necesidades.

Los medios de comunicación son el soporte imprescindible para pasar la información y conseguir su reconocimiento. La atracción del consumidor se efectúa de muy diversas

formas y la fidelidad a la marca es un factor esencial.

3. CONSUMO ALIMENTARIO

La limitación biológica de la condición humana se manifiesta en el consumo de un determinado volumen de alimentos y líquidos. Sin embargo, el gasto monetario no tiene esas limitaciones. En una sociedad opulenta la cantidad pasa a segundo término y es la diversidad lo que se tiene más en consideración.

Es normal que a medida que los ingresos per cápita aumenten el porcentaje del gasto en alimentación disminuya, lo cual no impide que en valores absolutos los consumidores puedan dedicar más dinero al capítulo de la alimentación.

La calidad sigue siendo la primera consideración en su decisión de compra. La palabra calidad se menciona frecuentemente para justificar muchos de los fenómenos alimentarios que acaecen actualmente. La valoración de la calidad resulta difícil pues los productos alimentarios son conceptualmente algo muy distinto a lo que se consideraba anteriormente.

Una vez conseguidos niveles adecuados de aportes caloríficos, proteínicos, etc., el consumidor se preocupa no sólo de los aspectos gustativos, sino que desarrolla un mayor interés por la salud. Para ello está dispuesto a gastar importantes cantidades de dinero en aquellos productos en los cuales tenga seguridad de que, además de la calidad, hay un estricto control sobre la higiene y las sustancias nocivas para su salud.

Un producto alimentario es la suma de muchos atributos que el consumidor valora continuamente.

Hay una primera consideración sobre la materia de la que está compuesto. Desde los sectores productivos existe una tendencia exagerada a considerar solamente este primer atributo. De igual forma se confunde a menudo las preferencias de los consumidores con las de los productores.

El producto suele distinguirse por su presentación. La diferenciación es

esencial para la colocación del producto. Las normas ligadas a la presentación van incrementándose, añaden restricciones y protegen al consumidor. La información se transmite a través de etiquetas tratando de captar, a su vez, la atención de los consumidores.

Los lugares de distribución y venta pasan a ser parte de la consideración en la compra. En principio, si no se encuentran en los establecimientos adecuados difícilmente puede venderse. Existe la asociación entre lugar de venta y calidad. Sólo los productos con distribución nacional, de gran consumo y con mercados consolidados pueden evadirse de las presiones que se ejercen desde la distribución, para imponer condiciones de promoción y venta.

Finalmente la imagen, consciente o inconscientemente, pasa a ser un atributo importante en la compra. La publicidad es el instrumento más importante para comunicar y convencer, aunque los anteriores atributos ligados al producto van conformando también la imagen del mismo. El gasto en publicidad ha ido creciendo fuertemente y ha pasado a ser un requisito necesario para poder vender los productos.

Últimamente el consumo alimentario ha venido marcado por el tipo de vida que el medio urbano supone y por la inserción de la mujer en el mundo del trabajo. Las necesidades calóricas, consecuencia del tipo de trabajo, son menores. La falta de tiempo y dedicación han hecho variar notablemente los estilos culinarios. Las cocinas han pasado a ser la habitación de la casa en la que se invierte más, contando con diversidad de aparatos que favorecen el ahorro de tiempo. Los precocinados y los aparatos microondas son dos expresiones coincidentes de esta tendencia. La dieta alimentaria ha variado notablemente. No siempre ha supuesto una mejora. Así, la tendencia hacia un mayor consumo de productos procesados ha ido en detrimento de los productos frescos.

El aumento del consumo de grasas animales y azúcares ha alcanzado niveles poco recomendables. Dietas más tradicionales y desplazadas por las nuevas modas son de nuevo recomendadas. La diversidad y combinación de alimentos propios de las

áreas mediterráneas ofrecen un atractivo especial frente a dietas de países más fríos.

El consumidor preocupado por los efectos nocivos de ingredientes que acompañan a muchos de los procesos de la producción, industrialización y conservación de los alimentos reacciona con una demanda constante por una mayor información y salvaguarda de sus intereses que necesariamente han de ser protegidos desde el sector público.

El consumo cotidiano es más metódico y los excesos se hacen de una manera más esporádica. Ciertos alimentos o tipo de alimentación, aún considerados nocivos, son tomados en ocasiones y los excesos son más controlados. A pesar de ello el gasto ocasional puede ser elevado y se exigen altos niveles de calidad y exquisitez, como en el caso del consumo alcohólico.

Los medios de comunicación han acelerado el proceso de cambio, tanto en lo que respecta a la transmisión de la información como a la atención que merece a la hora de realizar la ingestión de los alimentos, que paulatinamente pasa de ser un acto familiar a realizarse de una manera más aislada. Ello es favorecido por el incremento de hogares individuales jóvenes o de la tercera edad.

4. MEDIO AMBIENTE

El medio ambiente supone una creciente preocupación en las sociedades industrializadas y económicamente pujantes. No sólo por lo que supone de mejora de calidad de vida y de atención hacia problemas que se han ido agudizando con el desarrollo económico, sino porque centralizan actualmente muchas de las peticiones políticas que no encuentran en otros temas una concienciación necesaria.

En la producción agraria, con el fin de aumentar los rendimientos, se acentúa el uso de inputs como abonos, pesticidas, insecticidas, etc., que repercuten en el entorno ambiental. La utilización de productos químicos es intensa y su aplicación directa a los productos requiere unos largos períodos para su total desaparición, que no siempre se cumplen. La vigilancia y control es una tarea que tiene que ser llevada desde el sector público.

Los efectos secundarios son notables y no siempre bien conocidos, por lo que las reglamentaciones se van haciendo más estrictas para atender las demandas sociales. La acumulación de productos tóxicos en la cadena alimentaria puede causar con el tiempo serios problemas de salud.

El agua, un bien abundante y por consiguiente no bien apreciado, empieza a ser más tenido en consideración. La agricultura no es una excepción dado que usa agua e influye en su calidad. La salinidad es un claro ejemplo de los efectos perniciosos que pueden tener las prácticas agrícolas.

El reciclaje y la corrección de la continuación son los mecanismos para combatir la impureza del agua. A pesar de ello los consumidores, en atención a su seguridad, dedican cantidades importantes de dinero a la compra de aguas embotelladas que tienen unos niveles de calidad contrastados. No sólo impera la idea de la calidad nutricional y gustativa, sino la seguridad de tomar algo bajo control.

La tierra no sólo se considera como soporte de producciones, sino que también juega un papel en el paisaje. Su erosión puede causar graves problemas productivos y también medio ambientales.

Hoy en día se tiende hacia la evaluación del impacto ambiental en la implantación de nuevos procesos productivos o en la modificación del hábitat rural. La cuantificación de los beneficios y costes resulta sumamente difícil, pues la determinación de los precios se basa en decisiones sociales y políticas más que en el mercado propiamente dicho. Además resulta arriesgado el hacer predicciones sobre un horizonte lejano.

La consideración de los costes de producción y medio ambientales han hecho que la tendencia, que ha existido durante décadas hacia el uso intensivo de inputs, se haya visto frenada. El control sobre los medios productivos es mucho mayor y ciertas prácticas tradicionales son desechadas por ser abusivas para la naturaleza.

La conservación del medio ambiente se hace necesaria, pero en la mayoría de los casos supone un coste que los consumidores habrán de pagar. Sólo en

el caso en que los países tengan igualdad de exigencias la competencia de costes será más equilibrada.

Los productores pueden verse desplazados por competidores que no tengan que adoptar medidas en favor del medio ambiente. Sin embargo, es práctica usual en los mercados más desarrollados el contemplar normativas tan exigentes que sólo son asumibles por los productos que vienen de esas mismas áreas, haciendo imposible la penetración para aquellos que provienen de áreas más subdesarrolladas.

5. TECNOLOGÍA

El sector agroalimentario, como otro sector cualquiera de la economía, ha sido receptivo a los avances tecnológicos. Si bien antes se podía considerar que las explotaciones o empresas que adaptaban nuevas tecnologías son las que se beneficiaban, mientras que las no innovadoras o más reacias a la innovación tecnológica podían subsistir.

Actualmente es una necesidad incorporar nuevos desarrollos tecnológicos, pues los niveles de competitividad fuerzan a desplazar fuera del sector a aquellos que no sean capaces de adaptarse a las nuevas tecnologías. El período de tiempo para la decisión de innovar se ha acortado y la lentitud puede acarrear situaciones irreversibles.

La innovación tecnológica es altamente recompensada pero sólo aquellos países que tienen una red creativa altamente cualificada son capaces de llevarla a cabo. Supone la planificación a largo plazo con todo lo que conlleva de inversión en capital humano y material.

La transmisión de los avances tecnológicos es complicada al estar el sector agroalimentario muy diseminado tanto a nivel de explotación como de industria transformadora. Es por ello que los principales núcleos de poder económico, sobre todo industriales y comerciales, sacan partido de su situación y dominan el sector mediante integraciones verticales.

Los productores pequeños pueden encontrarse desinformados y faltos de la suficiente capacidad para asimilar el progreso tecnológico. La transmisión de

conocimientos entre los núcleos impulsores de tecnología y el entramado socioeconómico puede resultar sumamente desequilibrado. El debate permanece abierto acerca del método para que la transmisión sea más eficiente entre las grandes empresas generadoras de tecnología y los pequeños núcleos productores.

Normalmente el sector público ha sido, si no el transmisor, sí el protector de la transmisión. Aunque este planteamiento tiene serias limitaciones en muchos aspectos su balance ha sido claramente beneficioso. Sólo un sector aglutinado alrededor de organizaciones con técnicos cualificados será capaz de remplazar el anterior sistema.

Los avances tecnológicos son continuos y su efecto es lineal en el tiempo. Paulatinamente se van introduciendo mejoras que tienen su repercusión en la disminución de costes, aumento de la productividad e implantación de nuevos productos.

A lo largo de la historia hay saltos tecnológicos, es decir, que con la incorporación de algunos descubrimientos hacen obsoletos los niveles tecnológicos anteriores en un corto espacio de tiempo.

Ese parece ser el papel que pueda jugar la biotecnología y la ingeniería genética en el futuro. Los países más avanzados están invirtiendo enormes cantidades de dinero para poder hacer frente a este nuevo reto tecnológico de consecuencias actualmente desconocidas. Si bien nos encontramos en una fase incipiente de investigación y desarrollo, su aplicación comercial todavía es limitada, aunque la consecución de patentes y estrategias comerciales para su difusión internacional está atrayendo a muchos intereses.

La implantación de la informática puede considerarse como una verdadera revolución. La dificultad consiste en que sus efectos no son físicamente tangibles y, por lo tanto, más difícilmente medibles. Afecta a todos los estamentos productivos y ha supuesto un radical cambio en la mentalidad de la gente.

6. ORGANIZACIÓN

Los elementos tangibles, por ser más visibles, se suelen tomar como puntos de

referencia para describir las mejoras introducidas en los procesos productivos. La organización no goza de esa visibilidad, pero es un elemento crucial en el éxito empresarial. Por estar basada primordialmente en factores humanos es compleja y difícil de evaluar.

La implantación de una organización efectiva tropieza muchas veces con la escasa formación de la gente del sector y el pequeño tamaño de las explotaciones, industrias y comercios. La organización incumbe desde la pequeña unidad familiar, tan característica de muchas explotaciones agrarias, hasta las pequeñas unidades comerciales. Estos pequeños núcleos tienen la necesidad de formar parte de organizaciones más amplias que defiendan sus intereses.

Sin embargo, en todas las fases productivas, son las unidades más grandes las que dedican un mayor esfuerzo al tema de la organización, que afecta tanto a su régimen interno como a sus relaciones con otras empresas y la Administración.

La organización horizontal es la expresión más común para la unión de esfuerzos, pero la idea más moderna sobre la defensa de intereses conduce igualmente hacia organizaciones de carácter vertical.

Las cooperativas han sido pieza fundamental en el desarrollo agroalimentario. Sin embargo, las exigencias del mundo empresarial son grandes y, a veces, no han sabido adaptarse, pasando a ser meras receptoras de materias primas o a realizar las tareas más elementales. Las dificultades de gestión suponen un freno para su expansión, pero globalmente los países más avanzados se distinguen por un sistema cooperativo potente.

Los consumidores también adoptan este tipo de unión para defender sus intereses frente a las potentes industrias y núcleos de distribución. Mejoran, como otros colectivos, su poder de negociación e influencia.

En las organizaciones verticales se salvan las diferencias que pudieran existir entre los sucesivos eslabones productivos y comerciales para disponer de una mayor coordinación. Se considera que el éxito de un producto depende de todos aquellos que están involucrados en su producción y comercialización. Por tanto, se salvan las dificultades y contraposición

de intereses en aras de un objetivo común.

Los estamentos políticos y administrativos de la Comunidad Económica Europea han forzado a que mejoren notablemente las estructuras organizativas. Pero sólo cuando el propio sector agroalimentario es consciente de la necesidad de reforzar su organización es cuando se manifiesta la efectividad de las medidas. A pesar de la tutela por parte de la administración, los diversos agentes económicos del sector han de comprender que es conveniente el reforzamiento de las organizaciones y que eso conlleva un gasto, con unos resultados que pueden ser sumamente rentables.

7. POLÍTICA AGROALIMENTARIA

Las políticas agroalimentarias de los países son interdependientes y el aislamiento o la singularidad son fenómenos casi imposibles. Los países desarrollados se reúnen en bloques, como la CEE, o se ven obligados a armonizar legislaciones a través de acuerdos internacionales.

La Política Agraria Comunitaria indudablemente marca las pautas de los países de la CEE. A su vez, a través del GATT, las políticas, en los países más industrializados, son analizadas con detenimiento y se ponen condicionantes para que no distorsionen en gran medida el comercio internacional.

A pesar del esfuerzo por liberalizar las medidas intervencionistas, el sector agroalimentario sigue siendo uno de los más intervenidos en la mayoría de los países industrializados. La protección suele estar dirigida más hacia el productor que hacia el consumidor. Sin embargo, la política se va sensibilizando por las peticiones sociales y el consumidor está obteniendo una mayor atención.

Los niveles de protección en los países más poderosos son comparables, aunque se usan diversas fórmulas para, en definitiva, efectuar transferencias monetarias hacia el sector. Los productos menos homogéneos gozan de una menor protección que otros muchos productos con un mayor grado de homogeneidad. La intervención en estos últimos resulta más sensible.

El comercio internacional se va incrementando pero todavía hay reticencias a liberalizar con tal intensidad que se pierdan ciertos grados de autosuficiencia. El sector agroalimentario es políticamente muy sensible y los nacionalismos afloran con facilidad.

La política de precios y mercados está sufriendo mayores presiones para que se liberalice, pero siguen existiendo muchos subsidios, de una manera más o menos encubierta. Las fórmulas usadas son, en ciertas ocasiones, indirectas para tratar de evadir las presiones internacionales. Así, por ejemplo, la atención al medio ambiente pudiera enmascarar ciertas ayudas a la producción para compensar una falta de competitividad.

La política de ayuda al desarrollo de las estructuras está tomando una mayor importancia, pues aún cuando no se consiguen resultados a corto plazo suponen una mejor adaptación al entorno.

También desde la administración se fomenta una política que se base en la calidad. Además se busca diferenciar el producto por su lugar de origen como un arma comercial que tiene todas las características de una marca que suele acompañar a la marca comercial propia del productor.

Las normas acrecientan el control alimentario pero añaden una dificultad más al proceso productivo y distribuidor de alimentos, ya que hacer el seguimiento de las leyes y ponerlas en funcionamiento requiere de esfuerzos económicos considerables.

La política del sector tiende a hacerse de forma más participativa y sufre por ello un proceso más largo hasta entrar en vigor en los distintos países. Surgen numerosos grupos de presión que siguen este proceso y tratan de influir para que se tengan en cuenta sus intereses. El adelantarse a los acontecimientos es importante y la planificación exige que se vayan teniendo en cuenta las normas antes de que éstas sean efectivas.

8. CONCLUSIONES

El sector agroalimentario debe de afrontar con optimismo su futuro. Estamos en una época en que es común

la reconversión de los sectores. Este sector no será una excepción, pero mientras que la producción de muchas materias industriales llega a no ser necesaria, esto no ocurre ni ocurrirá con la alimentación. Estamos inmersos en continuos cambios que van produciéndose paulatinamente más deprisa y que crean incertidumbre y no permiten pensar que los éxitos puedan durar mucho. La vida de los productos se acorta y hay que estar continuamente innovando.

Las exigencias de los consumidores van aumentando y son trasladadas a todo el sistema agroalimentario. Afecta a todos los agentes y cada fase tiene que estar en sintonía con los deseos últimos de los consumidores.

El consumo, al aumentar el poder adquisitivo, es más sofisticado y requiere satisfacer necesidades nutricionales y estéticas a las que no se prestaba atención anteriormente.

El aumento de la calidad de vida pasa a ser un objetivo muy importante. Afecta de muy diversas formas a los productores y a los consumidores, pero todos ellos están dispuestos a pagar un alto precio para conseguirlo.

Los fenómenos no ocurren aisladamente y las interrelaciones empujan a mejorar la planificación y la organización. Estos dos elementos son muy importantes para conseguir muchas metas.

La creación de nuevos productos incorpora nuevos desarrollos tecnológicos, sin los cuales no se puede competir en el mercado. El conocimiento científico y su difusión es una tarea difícil, pero totalmente necesaria.

La política agroalimentaria marca muchas de las actuaciones del sector. Algunas decisiones se toman a nivel supranacional y siguen un largo proceso de gestación. El seguimiento de ese proceso es imprescindible para poder aplicar con prontitud las decisiones políticas.