

Entrevista a: **Inés Menéndez de Lúcar Bellido**, Directora de la División de Alimentos y Gastronomía en ICEX

«La capacidad innovadora del sector agroalimentario es indispensable para su internacionalización»

Inés Menéndez de Lúcar Bellido es licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Pontificia de Comillas, y miembro del Cuerpo Superior de Técnicos Comerciales y Economistas del Estado. Ocupa el cargo de directora de la División de Alimentos y Gastronomía de ICEX España Exportación e Inversiones desde septiembre de 2012. Anteriormente, había sido consejera económica y comercial de la Embajada de España en São Paulo (Brasil). Asimismo, ha ocupado los puestos de jefe de gabinete y de consejo técnico FMI en la Dirección General de Financiación Internacional del Ministerio de Economía.



Inés Menéndez de Lúcar Bellido
Directora División Alimentos y Gastronomía en ICEX

Ana Domínguez

España se configura como una importante potencia exportadora de productos agroalimentarios. No en vano es el octavo principal exportador agroalimentario mundial y el cuarto entre los miembros de la Unión Europea. Además, nuestro país es líder en producción de alimentos bio-ecológicos dentro de la UE. Unas 29.000 empresas, sobre todo pymes, integran la industria agroalimentaria española, destinándose algo más del 20% de su producción al mercado internacional. Las exportaciones españolas de productos agroalimentarios superaron los 36.000 millones de euros en 2013, arrojando un superávit de 7.543 millones. Asimismo, la inversión directa en el exterior de la industria agroalimentaria española representó el 20% del total del sector

industrial, alcanzando los 733 millones de euros en ese mismo año. En el primer semestre de 2014 las exportaciones de alimentación y bebidas registraron un incremento interanual del 5,7%, siendo éste el sector que más contribuyó al crecimiento de las ventas españolas al exterior, con un 0,9%. Una de las mayores expertas en exportaciones del sector agroalimentario español es Inés Menéndez de Lúcar Bellido.

¿Cuáles son los principales valores que respaldan el potencial exportador de España en el sector agroalimentario?

El agroalimentario es el sector que mejor está resistiendo la crisis. Le corresponde el primer puesto en el conjunto del sector industrial, según

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

 1. Excepcional coste cuando quiera	 4. Dedución del ITP correspondiente
 2. Pague una sola cuota y no se le finiquite	 5. Todos los servicios incluidos
 3. Libre el máximo de kilometraje posible	



Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!

datos del Ministerio de Industria y Turismo, por delante de sectores como el automovilístico, químico o farmacéutico, tanto en empleo como en cifra de negocios.

La industria agroalimentaria española es la sexta de la UE-27 por volumen de exportación y la segunda del bloque comunitario en cuanto a su tendencia de crecimiento, solo por detrás de Alemania. Estamos pues ante un sector de sólido arraigo industrial y exportador, tradicionalmente volcado al exterior, con un grado de apertura de sus exportaciones superior al 70% desde el año 2000 (un 20% superior al grado medio de apertura de las exportaciones de bienes). El sector tiene además una posición exportadora de liderazgo mundial en algunos productos tales como aceite de oliva, aceitunas, vino, frutas y hortalizas y carne de porcino. España ocupa, además, el primer lugar en el ranking mundial de exportación de frutas y hortalizas, con una cuota de mercado del 9%, seguida por Países Bajos y China.

Más allá de estos valores cuantitativos, el sector ofrece una amplia gama de productos amparados en su origen, definido por la calidad de los suelos, del clima, un amplio abanico de variedades y un saber hacer ancestral. Todo ello plasmado también en una variada y rica gastronomía que sirve de marco a la promoción del sector.

¿Qué atributos de la oferta agroalimentaria española son más apreciados por los compradores internacionales?

Por un lado, su altísima calidad. Las excelentes materias primas de nuestro país, la creciente inversión en innovación tecnológica en el sector, así como la potencia de las marcas españolas en el exterior, hacen que nuestros alimentos y vinos nada tengan que envidiar a los de sus principales competidores.

Por otro, su variedad, que responde a un calendario muy extenso de producción que cubre pe-

riodos durante los cuales no hay producción en otros países, como es el caso de las frutas y hortalizas. Ello permite ofrecer una amplia gama de productos, respaldados por una larga tradición y al mismo tiempo innovadores y adaptados a la demanda de los diferentes mercados.

El número de empresas agroalimentarias que venden fuera de España va en aumento. En 2013 eran 13.275 firmas, un 26% más que cinco años antes. ¿Cuál es el perfil de las empresas que inician una actividad exportadora?

La mitad de las empresas del sector agroalimentario son microempresas, es decir empresas que tienen entre 1 y 9 asalariados; unidas a las empresas que tienen entre 10 y 49 asalariados, representan el 70,3% del sector. Las medianas (entre 50 y 199 asalariados) solo representan el 2,8%, y las grandes menos del 1%, al igual que en el resto del sector manufacturero.

Ahora bien, hay cada vez más pymes exportadoras de productos gourmet, muy demandados en los mercados desarrollados, que realizan un gran esfuerzo en la selección de productos de calidad y que incorporan un packaging atractivo.

La gran mayoría de las empresas de la industria agroalimentaria española son pymes. ¿Cuáles son las principales dificultades que encuentran estas empresas para salir al exterior?

Una de las principales dificultades en la salida al exterior de una pyme es encontrar el canal de distribución adecuado, así como mantener el control sobre su marca. Por otro lado, la pyme española, en muchos casos, no tiene el músculo financiero para poder aguantar unos años sin lograr el 100% de los objetivos previstos y para realizar operaciones de marketing que, según algunos mercados como por ejemplo EEUU, son muy costosas.

Para hacer frente a las limitaciones asociadas al tamaño, se han desarrollado iniciativas de coope-

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

- 1. Excepcional coste cuando quiera
- 2. Pague una sola cuota y no se le finiquite
- 3. Libre el máximo de kilometraje
- 4. Diferencia del tipo de interés
- 5. Todos los servicios incluidos

¡Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!



ración empresarial como los consorcios de exportación ¿Han tenido éxito estos consorcios en el sector agroalimentario?

Los consorcios de exportación fueron una herramienta de apoyo a las empresas exportadoras creada a mediados de los años ochenta por ICEX. A día de hoy no forman parte de nuestros programas. Nos consta que muchas iniciativas se quedaron por el camino y la cifra de consorcios que han llegado a buen término o que han tenido éxito es reducida en España. Se observa que últimamente las empresas agroalimentarias buscan otro tipo de alianzas temporales no sujetas a una figura jurídica determinada, con el objetivo de colaborar entre aquellas que no son competencia, bien para ahorrar costes, utilizar sinergias o compartir *know-how*.

¿Cuáles son las principales líneas de apoyo al sector que presta ICEX España Exportación e Inversiones?

ICEX ofrece una amplia gama de servicios adaptados a las distintas fases de internacionalización en las que se encuentre la empresa.

Para empresas que inician su andadura exportadora, el programa ICEX Next ofrece una asesoría enfocada a analizar el modelo de negocio de cada empresa y su potencial internacional.

Por su parte, los planes sectoriales son un instrumento para introducir, posicionar y consolidar la oferta exportadora española en los mercados exteriores. En el 2013, por ejemplo, se llevaron a cabo once planes, abarcando desde el vino de Rías Baixas hasta el kaki o los productos cárnicos.

Los planes generales, en este caso de alimentación y vino, sirven de marco para mejorar la imagen global de la oferta española y consolidarla en un segmento de alta calidad.

Una de las herramientas más veteranas es la organización de los pabellones oficiales de España en ferias internacionales donde se ofrece un servicio llave en mano a las empresas.

Me gustaría también mencionar dos instrumentos novedosos: el programa ICEX Gran Distribución cuyo objetivo es que las grandes cadenas incluyan a España como país proveedor; para ello ICEX realiza una búsqueda activa de posibles proveedores españoles para ponerlos en contacto con estas cadenas. Igualmente, iniciado en 2012, destaca el programa ICEX Sourcing destinado a proporcionar a las empresas extranjeras ofertas concretas de empresas españolas. En el año 2013, fue precisamente el sector agroalimentario el que más demanda generó, con un 33% de las peticiones.

Además, ICEX pone a disposición de todas las empresas, independientemente del sector, una amplia gama de servicios horizontales tales como estudios de mercado, seminarios, becas de internacionalización, servicios personalizados prestados por la red de Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior, etc.

¿Qué tipo de apoyos considera que resultan más eficaces para impulsar y consolidar los procesos de internacionalización empresariales? ¿Cuáles son los más demandados por las empresas del sector?

En línea con la pregunta anterior, los apoyos dependen en gran medida de la fase de internacionalización en la que se encuentren las empresas. Las herramientas de información y formación son utilizadas tanto por las pequeñas como por las de mayor experiencia, y dentro de las de promoción, sin duda las actividades de búsqueda de distribución, las ferias de importadores, las ferias de Pabellón Oficial y los viajes de periodistas a las zonas de producción, son las más demandadas.

El veto impuesto por Rusia el pasado mes de agosto a las importaciones de ciertos productos alimentarios de la UE ha afectado al sector agroalimentario español (España es su sexto proveedor comunitario de esos productos). Pero,

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

- 1. Excepcional coste cuando quiera
- 2. Pague una sola cuota y no se le finiquite
- 3. Libre el máximo de kilometraje
- 4. Defensa del impuesto de matriculación
- 5. Todos los servicios incluidos

¡Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!



¿por qué mercados están apostando con más fuerza las empresas españolas?

Un rasgo característico de la exportación del sector alimentario es la alta concentración en los países vecinos, es decir los países de la UE. Los datos de exportación alimentaria española de estos últimos diez años muestran que hubo una seria apuesta por el mercado ruso desde el año 2006 hasta 2012, ocupando Rusia el noveno o décimo lugar entre los países de destino de nuestras exportaciones agroalimentarias. Fuera de la UE, nuestros principales mercados de exportación en este sector son EEUU, Japón, Suiza y China.

Dentro del sector de bienes de consumo no duradero, la industria agroalimentaria destaca por su carácter innovador. ¿Qué papel desempeña la innovación en la internacionalización de esta industria?

Sin innovación la presencia en los mercados internacionales puede resultar difícil de mantener a largo plazo, frente a consumidores cada vez más exigentes y una competencia creciente. Aunque hoy por hoy lideremos la exportación mundial de determinados productos, los éxitos nunca son eternos y hay que saber adaptarse al cambio. Algunos mercados, como Suiza o Alemania demandan una mayor seguridad de la cadena alimentaria o una mayor garantía de sostenibilidad y gestión ética de todo el proceso de producción. La capacidad innovadora del sector –desde el agrícola hasta la industria transformadora– es requisito indispensable para la internacionalización.

El agroalimentario es uno de los buques insignia de la Marca España, también apoyada por iniciativas de carácter gastronómico y el buen hacer de los chefs españoles en el exterior. ¿Cómo valora la actual proyección internacional del sector agroalimentario y el nivel de reconocimiento de nuestros productos en el exterior?

En ICEX se ha apostado desde hace muchos años por la gastronomía como herramienta de promoción de los productos agroalimentarios. Prueba de ello es la revista *Spain Gourmetour* que, desde 1986 a 2012, se distribuyó en más de cincuenta países, en cuatro idiomas, entre un público exclusivamente profesional. O el actual portal www.foodsfromspain.com y el programa de formación de jóvenes chefs extranjeros en nuestro país, que lanzamos hace ya siete años.

Gracias a la tradicional actividad exportadora del sector, el emprendimiento de sus empresas, las actividades de promoción de ICEX y la colaboración con otras instituciones, se intenta reforzar la imagen país de un sector con futuro que está consolidando y mejorando su posición en muchos mercados.

¿Cuáles son los principales retos que afronta el sector agroalimentario español en el ámbito internacional? ¿Qué mercados exteriores ofrecen un mayor potencial para la internacionalización de nuestras empresas?

Tal y como resaltó el Secretario de Estado de Comercio, Jaime García Legaz, durante la presentación del Plan Estratégico de Internacionalización de la empresa española 2014-2015 el pasado mes de mayo, el sector exterior en general y también el sector alimentario, siguen presentando algunas debilidades. Entre ellas, la concentración de la exportación en un número reducido de empresas, como señalábamos antes; una escasa propensión a exportar de las pymes; la necesidad de una mayor inversión en innovación tecnológica; y la aún insuficiente, aunque progresiva, diversificación de los mercados de destino de las exportaciones españolas.

En el ámbito internacional, la globalización de la competencia, la demanda más exigente de los consumidores en los mercados desarrollados en cuanto a la presentación del producto, su trazabilidad, la seguridad alimentaria y la fuerza de la

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

- 1. Excepcional coste cuando quiera
- 2. Pague una sola cuota y no se le finiquita
- 3. Libre el máximo de kilometraje
- 4. Defensa del tipo de interés
- 5. Todos los servicios incluidos

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!



gran distribución, son algunos de los retos a los que ha de enfrentarse la empresa exportadora.

Desde el ICEX hace ya muchos años que se incentiva la presencia en mercados alternativos al europeo. Así, la organización de ferias alimentarias internacionales en Asia se remonta a muchos años atrás. Pero también hay que destacar que el éxito en este tipo de mercados requiere mucha perseverancia. No se obtienen réditos inmediatos.

¿Qué aspectos considera fundamentales y a tener en cuenta por parte de las empresas agroalimentarias que están iniciando su proceso de internacionalización?

Me gustaría apuntar unas cuantas claves que en realidad son válidas para los distintos sectores. Lo primero y fundamental es conocer bien la propia oferta y su adaptación a los mercados que se pretende abarcar. Pero antes conviene analizar muy

detenidamente los mercados objetivo, la demanda y el nicho que uno puede cubrir, la reglamentación técnica, el posicionamiento de nuestra competencia, etc.

Como comentaba anteriormente, ICEX ofrece a las empresas las herramientas necesarias de internacionalización, a medida de cada empresa, y el apoyo de casi cien Oficinas Económicas y Comerciales repartidas por el mundo.

En el caso de productos alimentarios es además importante estudiar bien el *packaging* y el etiquetado, no sólo desde el punto de vista técnico y normativo sino como argumento de venta; la información al consumidor sobre formas de utilizar los productos; así como la identificación con aspectos saludables de la dieta. La competencia es enorme y no habría que descuidar ningún factor que aumente la competitividad de nuestros productos ::

RENTING UNICAJA

RENTING, MUCHO MÁS QUE UN COCHE NUEVO



Mantener un vehículo de empresa siempre a punto supone una gran cantidad de gastos. Por eso Unicaja le ofrece el Servicio de Renting, con el que su nuevo coche tiene toda una gama de ventajas de serie:

- 1. Excepcional coste cuando quiera
- 2. Pague una sola cuota y no se le finen sorpresas
- 3. Libere el máximo de ventajas fiscales
- 4. Dóndese del pago cuando
- 5. Todos los servicios incluidos

Infórmese en unicajas y ¡buen viaje!

