



SONIA
ANDRINO

Recomienda «no tener miedo al contraste» y advierte de que la colaboración «aporta valor» a las decisiones

VALLADOLID. No es una asociación al uso. Vitartis reúne a grandes industrias agroalimentarias con una ampliación de miras que supera la del propio asociacionismo. Han hecho de la biotecnología su apuesta de futuro y se han comprometido a participar en el proyecto al máximo nivel de sus empresas. En octubre constituyeron su nueva junta directiva, de la que forman parte algunos de los nombres más importantes del panorama agroalimentario del país: Jesús Esteban (Harinas Emilio Esteban), Juan Miguel Martínez Galdón (Gullón), Julio Pérez (Grupo Helios), Santiago Miguel (Grupo Hermi), Rocio Hervella (Prosol), Carlos Tejedor (Entrepinares), Félix Moracho (Huercasa), Enrique Torres (Santiveri), Carlos Rico (Acor), Cristina Ramírez (Fundación Caritif) y Carlos Moro (Grupo Matarromera). Este último es el presidente de la asociación. Se define como una persona «muy de aquí», pero eso no descarta «involucrarse y estar también en España y en Europa e influyendo, si podemos».

Está convencido de que Castilla y León es una potencia agroalimentaria con capacidad de evolucionar e insiste en que la industria agroalimentaria es «de lejos» la principal industria de Castilla y León, sin olvidar su «enorme» influencia en la fijación de población en el medio rural. Pero todavía hay cosas que mejorar, y en ese proyecto está Vitartis que ha elaborado un plan estratégico que compatibilizará con el que está preparando la Junta de Castilla y León. Por primera vez, se felicita Carlos Moro, los empresarios como entidad serán consultados por la Administración en la toma de decisiones.

—¿Qué es lo que busca ese plan estratégico?

—Hace falta añadir el valor estratégico. Estamos pensando en la industria agroalimentaria, no solo en el presente, sino dónde tenemos y deberíamos estar en el futuro para cumplir ese papel económico y social que se puede conseguir.

—¿De dónde parten y hacia dónde quieren ir?

—Partimos de ser la comunidad de mayor importancia en industria agroalimentaria, con un elenco de empresas que son importantes a nivel español y europeo, con representación del 100% en algunos sectores; es decir, partimos de empresas muy importantes que vienen haciendo labores y cosas interesantes y debemos de llegar a ser una región líder o puntera a nivel mundial.

—¿Cree que se podrá conseguir?

«Por primera vez en la historia, administración y empresa iremos juntas para impulsar la industria agroalimentaria»

Carlos Moro Presidente de la asociación de grandes empresas de agroalimentación (Vitartis)





➤ -Sí, porque tenemos todos los atributos para hacerlo. Y si no lo hacemos, será otra vez más una carencia histórica.

-¿Cuáles son esos atributos?
-Somos la mayor región en superficie de toda la Unión Europea. Por lo tanto, tenemos terreno agrícola y una agricultura que evoluciona crecientemente. Pero también tenemos una necesidad de actualizar cultivos y buscar otros menos regulados que nos permitan jugar más en el libre mercado. Tenemos población con capacidad y preparada, y unas cualidades como región especialmente buenas porque está demostrada la gran cantidad de denominaciones de origen. Por lo tanto, tenemos una base que no la tiene cualquiera.

-Si hay base y potencia, ¿qué queda todavía por desarrollar?

-Algunas cuestiones como el tamaño de empresa, por ejemplo. Estamos alineados con la política de la Administración de incorporar cuantos más emprendedores, pequeñas empresas, artesanos, etc, mejor, que sin duda son nichos importantes, pero no hay que olvidar que para tener presencia en el mundo hacen falta también empresas con una dimensión importante.

-¿Qué efectos podría tener no hacerlo?

-Es mucho más difícil involucrarse en los proyectos más novedosos como la formación, la internacionalización o la organización de proyectos de investigación; la participación conjunta con empresas de otros lugares del mundo. Eso está ahí y tenemos que hacerlo porque es el camino para entrar en los circuitos de comercialización. Hace falta anclar posiciones. A mí me maravillan los italianos. Cuando vas a Nueva York y ves un edificio entero que se llama "Eataly", en el que se contemplan todos los productos italianos y que da una imagen fantástica; yo no he visto esto en ninguna otra parte del mundo.

-¿No sirve, en ese sentido, la Marca España?

-Si no la ves... Si no la tienes... No

se traduce en productos que sean además vendibles y escalables, pues no hacemos mucho negocio.

-¿Funciona la Marca España?

-Yo creo que sí, que por lo menos te posiciona en un contexto. Lo que pasa es que hay que llenarla en todos los sentidos y entre todos. Hay que dotarla de contenidos, de información y de empresas. Y si no se tiene en cuenta, estamos haciendo política, no promoción de nuestros productos.

-¿Lo entienden así también las administraciones?

-Se lo voy a explicar. Pero lo entenderán, porque hay gente lista. Pero ojo, las empresas también lo tienen que entender.

Reunión fructífera

-La Administración regional prepara un plan estratégico en ese sentido que se preocupa de hacia dónde ir y que les anunciaron en la reunión que Vitartis mantuvo con el presidente de la Junta y la consejera de Agricultura.

-Es la conclusión principal de una reunión fructífera. En el encuentro vimos que hay temas tradicionales que no por ello, no necesitan de enfoques nuevos como la financiación, la internacionalización, la I+D -este último es superespecial-, tamaño y dimensión empresarial; ayudas y apoyos. Todos esos temas tienen suma importancia en cuanto a la internacionalización. Estamos hablando de buscar políticas de segundo nivel; ser más fuertes en el exterior, anclar actuaciones, coordinar con otros sectores. Un tema muy tocado, por ejemplo, es el enlace de la industria alimentaria con la gastronomía, que creo que se está desaprovechando. Hace poco, en una intervención que hice en el Hotel Ritz, dije: Dejémosnos de llenarnos la boca de hablar solo de "top cheff" de cocineros, que está muy bien, pero que así solo no representa nada y sin embargo puede representar mucho, porque eso tiene que estar ligado a los productos y a la industria alimentaria.

-¿Saben ya cómo se va a desarrollar ese plan?

-Vitartis tiene un plan permanentemente, bastante bueno y detallado. Después de un periodo largo de reflexión hemos decidido que sean los cabezas de las empresas los que van a estar y esto ocupa tiempo, pero también permitirá realizarlo con la suficiente visión y grandeza. Lo que estamos haciendo es pasar del gran concepto de innovación al de industria agroalimentaria. Este plan estratégico en el que venimos trabajando nosotros, siempre se actualiza y lo vamos a acabar de concretar. A su vez, la Administración autonómica tiene un plan que está completando a través de una acción horizontal con distintas consejerías y que se pondrá a disposición nuestra para contrastarlo y buscar un plan de encuentro.

-¿Entonces trabajarán juntos en eso?

-Agricultura nos lo pasará a nosotros y lo contrastaremos con nuestro plan para buscar una acción, creo que, por primera vez en la historia, concertada entre la empresa y la administración con el objetivo de estar alineados en las mismas acciones y ver si tienen efecto determinadas iniciativas.

-Eso es algo que ya se viene haciendo, ¿no?

-Yo estuve en FIAB (Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas) y hay una función que tienen las asociaciones empresariales que es dar la opinión de las normas de la Administración. No es quitar valor, sino incrementarlo. No hay que tener miedo al contraste pero es absolutamente fundamental que se escuche a los empresarios. Creo que hay determinadas normas que, si se hubiese escuchado antes a los empresarios, serían más precisas y se vería si funcionarían o no.

-¿Cómo lo van a hacer?

-Lo que queremos hacer es que Vitartis se coordine con la FIAB y con el resto de Europa. Estamos generando un acuerdo con Cecale para que sea la voz única y aprovechemos los canales para llegar a Europa y hacer presente nuestros criterios.

-¿Quiénes podrán beneficiarse de

REFLEXIONES

Promoción

«Necesitamos vender calidad y cantidad de la calidad, porque si no, nos estamos quedando en la anécdota»

Nuevos productos

«Tenemos que acaparar la producción de los nuevos productos, los que generan valor añadido, que son en los que se fijan las multinacionales»

Universidad

«Las universidades tienen que ser un apoyo para las empresas y han de investigar con ellas en los temas que atañen»

Mercados

«Tenemos que actualizar cultivos y buscar productos que nos permitan jugar más en el libre mercado»

Hacerse oír

«Vamos a firmar un acuerdo con Cecale para que sea la voz única de las empresas y se escuchen nuestros criterios»

la aplicación de esta medida?

-Vitartis es una asociación abierta a todas las industrias, pequeñas y grandes. Y eso es precisamente parte de la generosidad de los que están ahí porque este trabajo puede estar aprovechado por otras empresas que tengan un nicho de mercado específico y que enriquezca mucho más el estar integrado, aunque eso pueda suponer un coste mayor para las empresas que están. Es importante que tengamos presente lo que representa el sector pero no desde el punto de vista complaciente sino en el de la mejora. Hay mucho camino por hacer.

-¿Cree que se ha dado ya el primer paso con la promoción conjunta que han sellado Ribera y Rueda para acudir a Estados Unidos?

-No quisiera aparecer como profeta pero esto ya se lo dije expresamente hace ocho años a los presidentes de los Consejos y a la Administración. Hay que hacer una unificación de todas las denominaciones, es lo único que les falta. En todo esto, hay que tener un punto de generosidad que te revierte en positivo.

-Usted siempre ha defendido la marca.

-Sin duda. Estoy convencido de que se van a vender mejor los productos si están amparados en una marca que si vas individualmente. Necesitamos vender calidad y cantidad de la calidad porque si no, nos estamos quedando en la anécdota. Pero además, hay otra línea que no quiero dejar pasar, hay que acaparar también la producción alimentaria de los nuevos productos de valor añadido. Son en los que se fijan las grandes multinacionales y en esos no estamos, casi.

-¿Cuáles son?

-Los productos funcionales, condimentos, ingredientes, productos especializados; productos más preparados, listos para el consumo. En ese campo nos falta mucho y eso es investigación.

-¿Cómo es la relación universidad-empresa?

Vitartis ha hecho un convenio con cada una de las universidades de Castilla y León y están integradas. Para nosotros es fundamental. Es lo que tenemos de formación y no está mal. Pero hay que tener en cuenta que no tenemos casi ninguna universidad entre las "top" nacionales, ni en España ni en Castilla y León. Entonces es algo que hay que reflotar. Y en el campo de relación con la empresa creo que habría que integrarla. Desde Vitartis hemos hecho todo lo posible pero la universidad tiene también que adaptarse a los tiempos que hay. Es complicado, la veo difícil, porque todavía sigue anclada en el pasado y en el tema burocrático, y en la interrelación con la sociedad, en la parte novedosa de la investigación tiene que ser un pivote que apoye las líneas de apoyo general. Las universidades tienen que ser un apoyo para las empresas y tienen que investigar con ellas en los temas que les atañen.

«Los contratos con el sector darían estabilidad pero a veces los agricultores son especulativos»

VALLADOLID. -Hay sectores en la industria agroalimentaria donde no existen contratos con los productores. ¿No es un retroceso?
-Yo personalmente creo que la estabilización de contratos daría mucha seguridad al campo pero es realmente complicado. Si algunos viticultores hubieran aceptado el contrato que yo les ofrecí hace años, estarían ganando un dineral pero a veces el agricultor adopta una vía un poco especulativa. Cuando el

precio está alto no quiere asegurar tener un contrato a un precio determinado y cuando está bajo, la industria no quiere asegurar un precio determinado. Por supuesto que una de las buenas cosas que tiene por ejemplo el sector remolachero es tener un precio fijado. Ya han cambiado las reglas y no habrá cuotas. O nos acostumbramos a vivir en un mundo de libre mercado o aquellas circunstancias ya no se dan. Por tanto tenemos que ir ha-

cia productos que el mercado nos vaya a demandar y a remunerar. Y eso siempre pasa por la industria agroalimentaria. Y esto lo deben tener muy claro los agricultores.

-¿Cómo incorporar a los jóvenes al campo?

-Es la pregunta del millón. Creo que hay que hacerles atractivos la función, y esto tiene muchas vertientes. Tenemos que conseguir un joven en el campo como un joven en el campo europeo. Me voy a Ita-

lia, Francia, Bélgica, Alemania y me encuentro con pueblos con mucha gente y con unos servicios sociales absolutamente favorables. Mi tesis doctoral se basó en esa idea, en situar al agricultor en las mismas condiciones que a cualquier otro.

-¿Cómo se hace eso?

-Pues habrá que hacerlo. Habrá que fomentar tener servicios y superficie suficiente para cultivarlo y complementarlo con otros temas que no son baladías.