

Impacto del euro en el sector de la alimentación

La UEM potenciará la internacionalización y competitividad de esta industria

El informe "El Impacto de la Introducción del Euro en el Sector Agroalimentario", realizado por una comisión de expertos, destaca, entre otros resultados, que la introducción del euro supondrá una reducción de los costes de transacción en Europa y favorecerá a la empresa con marcas de prestigio y vocación exportadora.

● **ISABEL LORENZO.** Fed. Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB).

La Unión Económica Monetaria (UEM) supondrá para el sector alimentario una aceleración en su proceso de internacionalización, proceso ya iniciado con la entrada en vigor del Mercado Único, según se desprende del informe "El Impacto de la Introducción del Euro en el Sector Agroalimentario", realizado por una comisión de expertos integrada por representantes de empresas del sector y los expertos en Economía y Marketing, Iñigo Moreno, Cándido Muñoz y Simón Sosvilla.

Entre las conclusiones más significativas, destacar que la introducción del euro supondrá una reducción de los costes de transacción en Europa, lo que proporcionará más transparencia al mercado europeo. En particular, se reducirán los costes de las operaciones comerciales intracomunitarias por la eliminación de los riesgos de cambio, así como el abaratamiento de los equipos productivos. Los efectos económicos a largo plazo serán positivos, ya que existirá una mayor movilidad de los recursos, mejorando con ello su asignación.

La más beneficiada en este proceso será la empresa de gran dimensión y claramente exportadora. Este tipo de empresa disfrutará de una ventaja inmediata en la reducción de costes de transacción, ya que la UEM generará un mercado de tamaño adecuado para desplegar todas sus potencialidades productivas y comerciales.

Por el contrario, el mercado interno se volverá mucho más competitivo con la unión monetaria, ya que los productos

procedentes del resto de la UE tendrán una cuota en crecimiento. Este factor perjudicará sobre todo a la pequeña y mediana empresa, la gran mayoría de la industria alimentaria, que permanece concentrada en el mercado nacional y sin vocación exportadora.



La implantación del euro favorecerá las marcas de prestigio.

Recomendaciones

Para compensar esta pérdida de competitividad, el informe recomienda a las empresas que se esfuercen en una doble vía: fabricar productos de mayor valor añadido e iniciar o profundizar en la estrategia exportadora.

Los productos de alto valor añadido son aquellos denominados de alta elasticidad o cuya demanda aumenta en mayor proporción de lo que se incrementa la renta. Incluso aquellas empresas que producen este tipo de bienes tendrán que mejorar sus estructuras productivas, diferenciar sus productos y reforzar su estrategia comercial, por el incremento de la competencia en el mercado interno.

El informe advierte que aquellas empresas filiales de multinacionales no tendrán que acometer especiales esfuerzos de adaptación, ya que producen grandes marcas y la internacionalización es una más de sus actividades. Para las pequeñas y medianas empresas con vocación exportadora, el euro supondrá un elemento más que agilizará un camino ya emprendido: búsqueda de cuotas de mercado para productos de calidad e introducción en los mercados más importantes. En el medio plazo estas empresas disfrutarán de la simplificación y el ahorro de los costes de transacción.

La pyme orientada exclusivamente al mercado interno tendrá que afrontar las mayores dificultades de adaptación por su menor capacidad de respuesta, pudiendo sufrir unos costes muy elevados. El informe recomienda a este tipo de empresas un cambio cultural y que se inicien en la exportación mediante asociacionismo, consorcios de empresas o interprofesionales.

Efectos en la empresa

Entre los efectos por áreas en la empresa, el informe destaca que el área

productiva será beneficiada, ya que los insumos y equipos industriales podrán adquirirse en mejores condiciones gracias al incremento de la competencia derivado de la apertura de la UEM. La unión monetaria producirá un beneficio en cuanto al aprovisionamiento de materias primas, pues la mayor libertad comercial de productos agrarios propiciará una menor dependencia de la localización enfocada a las tradicionales zonas productivas agrarias. Asimismo, la introducción del euro supone la desaparición del régimen agromonetario.

Respecto al área operativa, todas las actividades que se expresen en términos monetarios (costes, gastos, beneficios, pérdidas, inversiones...) requieren especial atención, ya que la variación de las tasas de cambio pueden alterar la valoración y comprometer la rentabilidad de la empresa. Este efecto "espejismo" requiere mayor previsión a la hora de comparar los datos históricos con los resultantes en euros.

El área financiero-contable aparece como la mayor preparada para afrontar los cambios, puesto que ya cuenta con reglas específicas al efecto.



El área de marketing se verá favorecido, porque la distinción entre productos ya no se realizará en función del precio, siendo éste transparente al expresarse en una misma moneda en todos los países de la Unión. Sin embargo, la implantación del euro será percibida neutralmente por el consumidor final a la hora de valorar la re-

lación calidad, valor y precio del producto.

Las recomendaciones finales exigen por parte de la Administración una mayor clarificación de la situación en cuanto a plazos, países integrantes, marco jurídico, etc.

Asimismo, se desprende del informe que no sería deseable que países como Italia queden fuera de la UEM, ya que los intereses de las empresas españolas se verán favorecidos en una unión monetaria mayor.

El informe propone, como solución para paliar los costes que se derivarán de la adaptación, una reducción de impuestos sobre beneficios durante tres años, hasta el 2000. También advierte de la posible traslación de estos costes añadidos por grupos de mayor capacidad como la distribución hacia la producción o el consumo (inflación).

Como consecuencia final, el informe subraya que el euro no supondrá un marco radicalmente diferente para las empresas, sino una aceleración de un proceso de internacionalización, homogeneización y replanteamiento estratégico ya en curso para la industria alimentaria. ■

AGRISEGUR

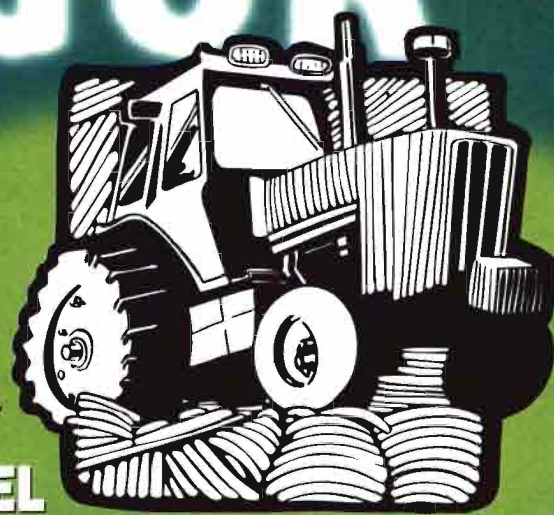
Mordazas de nueva generación.

Patente Mundial.

Nunca se desajustan.

Sin bulones, sin fricciones, sin engrase.

LA SOLUCIÓN DEFINITIVA PARA SU CHISSEL



Buscamos
SOCIOS



ESCRIBIR A: Benel Asesores
C/ Juan Ramón Jiménez, 8 - MADRID
OFICINAS: Eurobusiness