

UNA EMPRESA UNA GOTA, VARIAS UN OCÉANO.

D.JOSÉ ANTONIO BRIZ, *Presidente Cluster Aragón INNOVALIMEN*

Buenas tardes, gracias por venir y la organización.

Voy a hablar de nuestra empresa, una empresa que coopera, que pertenece a una denominación de Origen, constituimos una empresa hace quince años de la unión de empresas de Aragón, hemos constituido un *cluster* como culminación del que vamos a hablar.

El *Clúster* nace de una idea que tenemos en la Asociación de alimentos de Aragón, vamos a hacer una pequeña presentación. La actividad que tiene la asociación son 2.500.000 euros que se facturan en las industrias de alimentación de Aragón. Nuestra asociación aglutina 1.100.000, el 44%; de las personas ocupadas en Aragón un 38% están en nuestra asociación, y un 17 % de representatividad dentro de las empresas de Aragón.

Los objetivos que tenemos son:

- 1) Representar la defensa de la promoción. Muchas veces legislamos sin tener en cuenta las necesidades de las empresas y empresarios.
- 2) Asesorar a las empresas y ayudarlas
- 3) Organizar actividades en conjunto. Es también una forma de cooperar.

La comunicación y la divulgación es un valor importantísimo. Por falta de profesionales, no estamos acostumbrados a decir las bondades. En cuanto a la evolución de los últimos años, se observa una gran estabilidad, ha destruido muy poco trabajo. El factor de la internalización es muy importante y mantiene las cuotas de empleo y de facturación, así como el tema de la exportación.

Desde hace cinco años estos planes se mantienen vigentes. Aquí tenéis los cinco valores del Plan Estratégico desde hace cinco años, lo cual implica que no hemos

hecho del todo “bien los deberes” si tenemos los mismos objetivos que en aquel momento, bien sea por parte de la empresas, asociaciones, etc.:

- 1) Colaboración entre proveedor y transformador.
- 2) Desarrollo de políticas de fomento, es otro de los pilares básicos que tiene que tener una sociedad.
- 3) Profesionalización. Ha habido mucho del mundo cooperativo pero se está profesionalizando, convirtiéndose en un mundo societario.
- 4) Internacionalización
- 5) Desarrollo de políticas de optimización con la coordinación del sector público y privado

PROBLEMAS DEL SECTOR.

- 1) La dimensión. Muy pocas multinacionales hay de nuestro sector en España, es un factor debido a la dispersión geográfica. La oferta está atonizada con las uniones que sean convenientes. Este problema se da en todas regiones españolas.
- 2) La dispersión geográfica. En Aragón es importante,
- 3) El tamaño de los clientes. En España los primeros grupos de comercialización son el 50 %. Si no hacemos un grupo para poder ofrecer conjuntamente, habrá una subasta. Hay que ir de la mano para no competir en desigualdad.

Desde el año 2008 al 2011 hay unas fuertes oscilaciones en el consumo de materias primas. Muchos han visto que es más invertible invertir en trigo o maíz que luego se venden.

¿Por qué constituimos en Cluster de alimentación en Aragón?

Vemos que tenemos unos problemas claros y otro de ellos es la Logística. El tema logística representa casi tanto con el producto, así que hay que trabajar con este sector para llegar a un acuerdo lo cual nos ayudaría.

Nuestro cluster son 29 empresas de muchos sectores: agricultura, carnes, tecnologías, etc. El sector agroalimentarios abarca muchos subsectores, y es difícil

hablar de un objetivo conjunto. Hay que buscar ideas matrices que ayuden a mejorar a distintas empresas y ganar competitividad.

Los proyectos del 2012

Hemos analizado las empresas in situ, para hacer después un buen plan estratégico.

- 1) Fomentar internalización
- 2) Aumentar la coordinación entre empresas
- 3) Aumento de la vida útil
- 4) Rentabilidad para los productos, aprovechando los subproductos.

Conocer lo que quiere el consumidor es básico. Los hábitos de consumo han cambiado y esto hay que tenerlo presente. Todas empresas debemos tener claro en todo momento que el cliente es el que nos mantiene en un futuro, sin él, no somos nada. Podemos hacerlo solos o aliarnos. La cooperación siempre es más favorable, aunque tendemos a ser individualistas en toda España.

El sector de la alimentación solo hemos hecho 281 millones en innovación en los últimos tres años. En España estamos donde estamos porque transformamos con muy poco valor añadido, lo que impide la inversión en otros sectores. Existen ya 25 *clusters*. El modelo que tratamos de poner en marcha no es la panacea pero es una forma de poner a empresarios en común. Creo que es un modelo que nos puede ayudar a abrir la mentalidad y a que salgan proyectos de colaboración entre empresas.

Como decía, el poco valor añadido dentro de nuestro sector, hace que no se pueda innovar tanto como en otros como la venta de coches. Para seguir siendo competitivos, la solución es innovar, crear nuevas ideas, y nuevas soluciones que aporten valor a los clientes. Innovar debe estar siempre presente, y ha de darse en todos los puntos de la cadena de producción.

De muchos proyectos que aparecen, pocos salen adelante porque es difícil arriesgar, y el futuro es seguir innovando, creciendo. Con esto concluyo mi presentación y el debate será lo que pueda enriquecernos. Gracias.