

COLABORACIÓN INSTITUCIONAL EN LA PROMOCIÓN DE ALIMENTOS Y VINOS EN ESPAÑA: PLAN CHINA Y PLAN INDIA

**D^aPILAR PAREDES FERNÁNDEZ. *Directora adjuntad de Promoción de
Producots Agroalimentarios del ICEX.***

El motivo de la charla es explicar la colaboración institucional en la promoción de alimentos y de vinos, en plan China y el Plan India en concreto.

Para saber el por qué de esa colaboración institucional, debemos remontarnos a la situación de hace 10 años. Desde 1985, el ICEX venía trabajando en el ámbito internacional prácticamente en solitario, coexistía con el Consejo Superior de Cámaras que disponía una serie de recursos para la promoción, aunque sin duda era mucho más potente lo que hacía en ICEX.

Ya a finales de los años 1995 y 1996, asociaciones como al Federación Industrias y alimentos, con las cuotas de sus asociados y las ayudas del Ministerio de Agricultura, decide hacer acciones para satisfacer a sus afiliados. También aquí está el Ministerio de Agricultura, que es nuestro portavoz.

A nivel nacional hay cuatro organismos encargamos de la promoción internacional. Ahora pasamos a nivel comunitario. Hay varias comunidades, y poco a poco esas se fueron uniendo para promocionar los alimentos y vinos. Si bien hay productos como los industriales donde no todas comunidades tienen la misma capacidad, en alimentos y vinos sí, es rara la comunidad que no pueda tener un alimento o vino promocionado en el exterior.

Entonces, hace diez años, esta situación se vuelve más activa, y así hay un panorama de 20 organismos que se dedican a hacer promoción en el exterior. Todos organismos hicieron sus planeas con su dinero, sin contar que había otros organismos al lado.

Entonces empezaron a hacer sus acciones, se solaparon actividades... se creó así una situación caótica desde el punto de vista externo. Así, ICEX decidimos convocar y organizar a todos los organismos que tienen algo que decir en cuanto a la organización exterior. Se montó una mesa de coordinación para poner en común que es lo que hacía cada colectivo con el fin de ver si coincidían en algunos puntos y si se podía hacer algo en común.

Todos estos comités tienen al principio miedo a declarar todo lo que se está haciendo, son un poco timoratos, muy reacios a dar información, pero poco a poco se va creando un clima de cooperación, con el fin de demostrar a carta abierta lo que estamos haciendo cada uno de nosotros en los distintos países.

Después de unos años de funcionamiento en el año 2006 se decide por qué no damos un paso más, y por qué no hacer un calendario de actividades, una programación conjunta, y para ello decidimos poner todos aportaciones económicas para estar todos implicados. Pensando en un sitio lejano que fuera difícil para todos, surgió que el mejor país tenía que ser China.

Se firma el convenio entre estos organismos con vista a tres años, para finalizar en 2009. Y de manera conjunta pensamos en una serie de acciones. Para implicar a todo el mundo, el 50% del presupuesto lo ponía ICEX, EL 25 % se repartía entre FIAD y el Ministerio, y el otro 25% se repartió entre las Comunidades Autónomas, el Consejo Superior de Cámaras y la Confederación de Cooperativas. Así, estos últimos tenían que poner poco dinero pero igualmente se podían sentir parte del proyecto. Se empezaron a hacer una serie de acciones que se centraron en Shangai.

El protocolo de cárnicos estaba estancado, y los chinos valoran mucho las visitas institucionales. Tenemos en Shangai una feria en Octubre, y decidimos que en ese momento la visitaran los Príncipes, lo que fue después realmente determinante, y a finales de 2007 se firmó el protocolo de carnes.

En 2008 se unió Hong Kong, bajaron los aranceles y aumentó la exportación de vinos. Los resultados fueron bastante buenos. Uno de los mayores hitos de esa primera etapa, es que el primer año, partiendo de que todos teníamos mucho

consumo interno, todas las comunidades querían que saliera su logo en el producto. Las primeras acciones, se hicieron poniendo todos los logos, pero después, atendiendo al sentido común, y sobre todo en países como China, no tiene ningún sentido el ir con imágenes individuales, y se debía dar una imagen colectiva de lo que era *Foods and wines from Spain*, y se usaron así imágenes generales.

A finales de 2009, a la hora de tomar una decisión, todo el mundo está de acuerdo con seguir el plan china porque había sido todo un éxito, habían aumentado las exportaciones. Se decide seguir por nuevo periodo de 3 años, pero ahora con una mayor implicación por parte de las empresas y no sólo las comunidades; también implicación por parte de los importadores, y basarnos más en otras instituciones que también venden España como el Instituto Cervantes o las Secretarías gastronómicas.

También se vio necesario aumentar la formación en China, al consumidor y al importador chino. Se firma entonces un nuevo periodo pero saber que firmamos anualmente. El primer año no hay ningún problema, y así en 2010 se hacen muchas actividades y cada vez más potenciadas y con mejores resultados. Se llega cada vez a más zonas de china, y se ve que hay un plan de promoción muy bien armado y compacto apoyado por todos los organismos.

Las estadísticas demuestran como han subido las exportaciones a China. Empezamos con unas exportaciones de 100 millones, y el año pasado, sin contar diciembre, estábamos ya en 520 millones. Sin duda son muy buenos.

Los principales productos siguen siendo las carnes, hay 20 empresas homologadas para exportar a China. Otros productos son el aceite de oliva, los congelados...

EL PLAN INDIA

A raíz del éxito en China, cuando toca renovar por un nuevo trienio más, se decide que por qué no se replica el éxito en China en otro país. Fue India, pero podía haber sido Brasil o Rusia.

En India partíamos del objetivo de 10 millones de exportación, que el segundo año ya se dobló. Aquí en este país es más difícil el desarrollo de la exportación porque

no hay ferias alimenticias, el consumidor no es tan accesible. Lo que decidimos fue contratar a una persona que hiciera allí de comercial. Aprovecharía todos los eventos para dar información.

En 2011 comparado con 2009 vemos que efectivamente hemos subido en exportación. Con respecto a la problemática actual, cuando llega la hora de firma el periodo 2011, vemos que tenemos un comunicado de la secretaria de Estado de Presupuesto, en donde no se permite que las comunidades autónomas que no han cumplido criterios de estabilidad, firmen convenios con la Administración Central. Nos lleva al problema de que ellas no aportaban.

El año anterior ellas ya no habían aportado, y pusieron el dinero el resto de entidades. En ese nuevo año y actualmente, sucede lo mismo, y a día de hoy a lo mejor sólo hay cuatro comunidades que cumplan ese criterio.

Es sin duda una pena porque este proyecto debería seguir y es una pena para un plan que funciona tan bien. Así, intentaremos seguir con el dinero de ICEX y el Ministerio de Agricultura, tratando de estar todos coordinados e informarnos de todo lo que estamos haciendo. Deseamos que esto sea puntual, y las comunidades puedan aportar en otro momento.

En definitiva, creemos que ha sido un proyecto de éxito en cuanto a colaboración instituciones. Los principales productos exportados a India son el aceite de oliva, que lo usan como un buen complemento que ayuda a la salud, incluso en muchos gimnasios lo tienen como complemento ideal.

Esta toda mi presentación, muchísimas gracias.