



## La globalización: una oportunidad para la agricultura española

**Isabel García Tejerina** ▶  
Ministra de  
Agricultura,  
Alimentación y  
Medio Ambiente

La publicación del *Anuario* de 2016 de UPA, con el lema, “Agricultura y mundo rural: experiencias locales en un mundo global”, es una gran ocasión para reflexionar sobre las relaciones entre la globalización de los mercados y el mantenimiento de las producciones locales.

La globalización es cada vez más constatable en todas las áreas de actividad económica. Especialmente, en el comercio agroalimentario, con un volumen de intercambios como nunca antes en la historia, al que ha contribuido, también, un conjunto de factores, como los avances experimentados en las tecnologías agrarias de producción y conservación, en el transporte o en el nivel de vida de muchos países emergentes.

Y es un proceso imparable, por el aumento previsto en la población mundial para 2050, que conllevará un incremento de más del 50% en la demanda de alimentos. Lo que da una idea de la magnitud del desafío global al que nos enfrentamos: la seguridad alimentaria y la sostenibilidad económica, social y medioambiental del conjunto del sistema alimentario mundial.

Esta preocupación ha centrado los debates

en los principales organismos y grupos internacionales, que han identificado como grandes retos de la agricultura mundial el aumento de la demanda de alimentos sanos, nutritivos y variados; la situación de envejecimiento de los agricultores en los países desarrollados, y la presión sobre los recursos naturales y los sistemas de cultivos que está originando el cambio climático.

Para afrontar estos retos se plantean actuaciones por parte de todos los países, destinadas a la mejora de la formación de los agricultores, al aumento de oportunidades para mujeres y jóvenes, la mayor participación de los productores en la cadena de valor y el fomento de la I+D+i. Junto con la necesidad de aplicar los principios de transparencia, equidad e innovación en el comercio multilateral.

En este contexto, el debate entre globalización y localización en nuestro país no debe realizarse en términos contrapuestos, sino complementarios.

### El valor del origen

España tiene una larga historia y una gran expe-

▼  
**La globalización es cada vez más constatable en todas las áreas de actividad económica. Especialmente, en el comercio agroalimentario, con un volumen de intercambios como nunca antes en la historia, al que ha contribuido, también, un conjunto de factores, como los avances experimentados en las tecnologías agrarias de producción y conservación, en el transporte o en el nivel de vida de muchos países emergentes**

riencia en adaptarse a los procesos de globalización ocurridos a lo largo de los siglos. Desde la globalización acontecida en el mundo antiguo –con el Imperio romano–, a la primera a nivel mundial –con el descubrimiento del Nuevo Mundo y el intercambio de alimentos que le siguió–, hemos logrado siempre abastecer al mundo con productos de calidad, diferenciados en muchas ocasiones con el nombre propio de los lugares en que se producían y elaboraban.

La agricultura tiene una base local clara, inherente a su dependencia del suelo, del clima, de las razas y variedades autóctonas y del saber hacer de muchas generaciones.

Y España ha sido pionera en la protección de este vínculo geográfico, humano y tradicional de nuestros alimentos. A partir de 1932, cuando se dictó el Estatuto del Vino –que ampliamos a otros alimentos a partir del año 1970– y desde la entrada en la Comunidad Económica Europea, mediante el impulso de una legislación específica.

Las denominaciones de origen, las indicaciones geográficas protegidas y las especialidades tradicionales garantizadas se han convertido en un elemento clave en las políticas de desarrollo de los tejidos rurales, favoreciendo la sostenibilidad social y medioambiental y la mejora de la renta de los agricultores.

España es uno de los países que mayor número de denominaciones de calidad diferencia-

da tiene registradas en la Unión Europea. Más de 340 en la actualidad, lo que pone de manifiesto el trabajo de cientos de miles de agricultores y ganaderos, y la actividad de miles de industrias de elaboración.

En los últimos años, el Gobierno ha impulsado una política clara de apoyo a estas denominaciones, tanto en el ámbito jurídico, a través de la Ley de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de Ámbito Supraautonómico, como en el de promoción, a través de los programas comunitarios, tanto para el interior de la Unión Europea como para países terceros.

También hemos trabajado en la defensa de las producciones locales, mediante el apoyo a la producción ecológica, en la que somos líderes europeos, con 1.663.000 hectáreas. Asimismo, hemos fomentado los productos procedentes de las razas autóctonas, gracias a la puesta en marcha de un logotipo que los reconoce en el etiquetado de los mismos y en los lugares donde se comercializan, entre otras actuaciones.

### Vocación exportadora

El sector agroalimentario español ha dado un paso de gigante en la conquista de los mercados exteriores. Exportamos cada vez más productos a cada vez más países. Y cada vez son más las em-



▼  
**El sector agroalimentario español ha dado un paso de gigante en la conquista de los mercados exteriores. Exportamos cada vez más productos a cada vez más países. Y cada vez son más las empresas exportadoras. En los últimos años, las interprofesionales, asociaciones y empresas han reforzado las acciones de información y promoción**

presas exportadoras. En los últimos años, las interprofesionales, asociaciones y empresas han reforzado las acciones de información y promoción, utilizando en gran medida los mecanismos de apoyo puestos a su disposición por la normativa comunitaria y por el Ministerio.

Los resultados están ahí. En 2015, nuevo récord de exportación, más de 44.000 millones de euros; un incremento del 29% sobre 2011, situándonos como el octavo país exportador mundial. Y los datos del primer trimestre de 2016 indican que continuamos creciendo.

Para ello hemos trabajado en los últimos cuatro años, siempre en estrecha colaboración con el sector. Fomentando mayor transparencia, equilibrio y seguridad jurídica en la cadena alimentaria; propiciando el aumento de dimensión en las cooperativas; impulsando la internacionalización, y apostando por la innovación, para acercar los resultados de la I+D a los agricultores y a los ganaderos

El aumento de nuestras exportaciones es buena prueba de que los productos locales tienen un mejor acceso a los mercados mundiales a través de la globalización. Y también al mercado nacional, a través de los denominados canales cortos, que fomentan la Ley de Medidas para mejorar el

funcionamiento de la Cadena Alimentaria y la estrategia “Más alimento y menos desperdicio”.

Acceso que se incrementará, sin duda, con las iniciativas que se pondrán en marcha en los Planes de Desarrollo Rural de las comunidades autónomas, con el objetivo de mejorar la innovación, las tecnologías de información y comunicación, la competitividad de las pymes y el desarrollo local participativo.

España tiene magníficas oportunidades de futuro. Somos una potencia agroalimentaria. Los alimentos de España tienen abiertos los mercados globales. Si el sector utiliza con inteligencia sus capacidades, basadas en la calidad, la vertebración y la innovación, y refuerza su competitividad, seguirá creciendo en el mundo y aportando riqueza y empleo en España.

La globalización debe ser, en definitiva, una oportunidad de acceso a nuevos mercados; de conocimiento de la amplia diversidad de producciones locales y de la gran calidad de nuestros alimentos.

Para que sea una oportunidad hay que seguir trabajando intensamente. Nos queda todavía un gran potencial de producción y comercialización de nuestros alimentos, para contribuir a satisfacer la mayor demanda que conlleva la globalización. ■

