

Observatorio económico

Caja Rural de Soria



Perfiles

Carlos Martínez Izquierdo, *Presidente de Caja Rural de Soria.*



Especial **agroalimentario**

Número 11 / julio 2019

Presentación

La XI Edición del Boletín de Coyuntura de la Economía de Soria se estructura en cuatro secciones. En la primera se realiza el análisis de la evolución reciente y las perspectivas del entorno económico y financiero, internacional y español. El crecimiento de la economía mundial previsto para 2019 alcanza el 3,2%, mientras que la economía española se sitúa en el 2,4% anual.

En segundo lugar, se desarrolla un análisis de las principales variables socio-económicas de Soria. Las previsiones de crecimiento de Soria se aceleran hasta el 3,8% anual el 1T19. No obstante, la evolución del número de afiliados en Soria da continuidad a la ralentización observada en trimestres anteriores, mientras que la tasa de desempleo ha aumentado 2,9 puntos en el 1T19. La compraventa de viviendas en Soria crece un 17,2% anual este trimestre, mientras que el volumen de exportaciones lo hace en un 6,2% interanual, dejando una balanza comercial positiva de más de 30 millones de euros.

La monografía de este boletín analiza los retos a los que se enfrenta el sector agroalimentario, que pasan por una mayor transformación de los productos primarios a través del desarrollo de la industria del sector. En esta edición se ha contado con la opinión experta de Carlos Martínez Izquierdo, Presidente de Caja Rural de Soria.

En nombre de Caja Rural de Soria, esperamos que la lectura y las conclusiones que se reúnen en este boletín sean de interés general de todos y cada uno de los agentes que promueven el desarrollo socio-económico de nuestra provincia.

Carlos Martínez Izquierdo
Presidente de Caja Rural de Soria

Dirección técnica: Diego Vizcaíno, Analistas Financieros Internacionales (Afi).
Analistas: María Romero, Analistas Financieros Internacionales (Afi). Rosa Oliveros, Analistas Financieros Internacionales (Afi). **Periodista:** Carlos C. Ungría. **Edita:** Caja Rural de Soria.
Coordinación: Eduardo Munilla. **Diseño y maquetación:** Alfonso Pérez



Foto: Thinkstock Photos

El crecimiento global previsto para 2019 se sitúa en el 3,2%...

... y la economía española alcanza el 0,7% en el 1T19.

Entorno económico y financiero

La economía mundial crecerá un 3,2% en 2019 mientras que la economía española se sitúa en el 2,4% anual

El crecimiento global previsto para 2019 se sitúa en el 3,2% anual como consecuencia de la guerra comercial entre China y Estados Unidos. En este sentido, el crecimiento previsto para la zona euro se sitúa en el 1,2%, mientras que la economía española reduce su crecimiento al 2,4%

El crecimiento mundial esperado para 2019 se sitúa en el 3,2% anual. La desaceleración del crecimiento tiene su causa en la política arancelaria de China y Estados Unidos, que está haciendo incrementar los precios de los productos y, por lo tanto, reduciendo las exportaciones, lo que tiene un efecto negativo sobre el PIB. China, Estados Unidos y Europa son los tres núcleos de las cadenas de valor globales. Como consecuencia de la guerra comercial entre los dos primeros, se han revisado a la baja las previsiones para el crecimiento global y las principales economías.

Para 2020 se espera una leve recuperación del crecimiento mundial hasta el 3,4% como consecuencia de i) la contención de la guerra comercial, ii) la relajación de las condiciones financieras y el descenso del precio del petróleo y iii) la adopción de medidas de política monetaria y fiscal para limitar el alcance de la desaceleración.

El PIB de la economía española del 1T19 sorprende al alza, alcanzando el 0,7% trimestral. La demanda interna sigue siendo la principal impulsora del crecimiento, con una aportación de cinco décimas, mientras que el consumo modera una décima su crecimiento (0,3% trimestral en el 1T19 frente al 0,4% anterior). Por su parte, la aportación positiva de la demanda externa se produce como consecuencia de una caída de las exportaciones (-0,5% trimestral) menor que el descenso de las importaciones (-1,1%).

En términos interanuales las previsiones apuntan a una aceleración del crecimiento respecto a lo anticipado en trimestres anteriores, del 2,1% al 2,4% en 2019. El principal motor de esta aceleración continúa siendo la demanda nacional, que aporta un 2,5% al avance, mientras que la demanda externa dreña el crecimiento en apenas un 0,1%.

Resumen ejecutivo

El **crecimiento global previsto para 2019 se sitúa en el 3,2% anual** como consecuencia de la guerra comercial entre China y Estados Unidos. En línea con esto, el crecimiento previsto para la zona euro se sitúa en el 1,2%, mientras que la economía española reduce su crecimiento al 2,4%.

Las **previsiones de crecimiento de Soria se aceleran hasta el 3,8% anual el 1T19**, más de un punto por encima del previsto para Castilla y León y el conjunto nacional. No obstante, la evolución del número de afiliados en Soria da continuidad a la ralentización observada en trimestres anteriores, mientras que la tasa de desempleo ha aumentado 2,9 puntos en el 1T19. La compraventa de viviendas en Soria crece un 17,2% anual en este trimestre, mientras que el volumen de exportaciones lo hace en un 6,2% interanual, dejando una balanza comercial positiva de más de 30 millones de euros.

El **sector agroalimentario**, entendido como el conjunto del sector primario y la industria agroalimentaria, clave en la economía de Soria, **se enfrenta a una serie de retos que pasan por una mayor transformación de los productos primarios a través del desarrollo de la industria del sector**. El sector cárnico de la provincia, incluyendo la producción y transformación de productos, podría constituir una oportunidad en este sentido. Conocer los procesos por los que han pasado las empresas del sector agrario en la transformación del mismo resulta fundamental para establecer una serie de buenas prácticas que contribuyan al desarrollo del sector en Soria.

En la **opinión experta de este número se ha contado con Carlos Martínez Izquierdo**, Presidente de la Caja Rural de Soria, que destaca que el sector agrícola y ganadero de la provincia es experto en producción, pero debería dar un paso adelante y apostar también por la transformación de la materia prima, como fórmula de desarrollo económico y generación de empleo.

Crecimiento interanual del PIB (%)

Fuente: Afi, INE

Tasa anual %

	2018	2019	2020
Mundo	3,6	3,2	3,4
Desarrolladas	2,2	1,8	1,8
EEUU	2,9	2,3	2,1
Área euro	1,9	1,2	1,6
Alemania	1,5	0,9	1,5
Francia	1,7	1,2	1,5
Italia	0,7	0,1	1,0
España	2,6	2,4	2,1
Japón	0,8	1,0	1,0
Reino Unido	1,4	1,5	1,2
Emergentes	4,5	4,0	4,5
Brasil	1,1	1,2	2,0
México	2,0	1,0	1,5
Rusia	2,3	0,8	1,6
India	7,4	6,4	6,6

Cuadro macro de la economía española (variación anual)

Previsiones Afi

Fuente: Afi, INE

Tasa anual %	2018	2019	2020
PIB real	2,6	2,4	2,1
Consumo Final	2,3	2,1	1,9
Hogares	2,3	2,1	1,9
AA.PP.	2,1	2,0	2,0
FBCF	5,3	4,3	3,6
Bienes de equipo	5,3	5,0	3,5
Construcción	6,2	4,8	4,2
Vivienda	7,0	4,5	4,0
Otra construcción	5,5	5,1	4,4
Demanda nacional (*)	2,9	2,5	2,2
Exportaciones	2,3	2,7	2,8
Importaciones	3,5	3,2	3,4
Demanda externa (*)	-0,3	-0,1	-0,1
IPC (media anual)	1,7	1,0	1,4
Deflactor PIB	0,9	1,2	1,5
PIB nominal	3,5	3,6	3,6
Empleo	2,5	2,4	2,1
Tasa de paro	15,3	13,8	12,6
Saldo público PDE (%PIB)	-2,5	-2,3	-1,8
Deuda pública PDE (% PIB)	97,2	95,7	94,0
Balanza por cc (% PIB)	0,8	0,5	0,5

(*) Aportación al crecimiento del PIB

La economía soriana se acelera hasta el 3,8% anual en el 1T19

Las previsiones de crecimiento de Soria se aceleran hasta el 3,8% anual el 1T19, más de un punto por encima del previsto para Castilla y León y el conjunto nacional. No obstante, la evolución del número de afiliados en Soria da continuidad a la ralentización observada en trimestres anteriores, mientras que la tasa de desempleo ha aumentado 2,9 puntos en el 1T19. La compraventa de viviendas en Soria crece un 17,2% anual en este trimestre, mientras que el volumen de exportaciones lo hace en un 6,2% interanual, dejando una balanza comercial positiva de más de 30 millones de euros.

El número de afiliados en Soria comienza el año continuando con la tendencia de ralentización observada en trimestres anteriores...

El número de afiliados a la Seguridad Social mantiene la tendencia de ralentización en el 1T19, pasando del 2,2% del 4T18 al 2,0%, en línea con lo observado en trimestres anteriores. Este comportamiento también se observa tanto en Castilla y León como en el conjunto nacional, que crecen un 1,7% y 3,0% respectivamente en el primer trimestre del año, desde el 1,8% y 3,2% del 4T18.

El sector de la agricultura, ganadería y caza demuestra un trimestre más ser uno de los principales núcleos de creación de empleo en la provincia, incrementando el número de afiliados en un 20,2% en el primer trimestre del año. Le sigue la industria de la madera y corcho, también vinculada con el sector primario, que crece un 12,1% en el 1T19, y el sector del transporte terrestre con un crecimiento del 11,2%. La educación y las actividades sociales (6,2%, respectivamente) también han resultado ser dos de las principales fuentes de creación de empleo en el primer trimestre del año. Por el contrario, la construcción de edificios (-3,2%), los servicios de empleados domésticos (-2,9%), la ingeniería civil (-2,4%), la silvicultura y explotación forestal (-2,4%) y las actividades de seguridad e investigación (-1,6%) son las ramas en las que más puestos de trabajo se han destruido en la provincia en el 1T19.

... mientras que la tasa de desempleo aumenta 2,9 puntos en el primer trimestre del año.

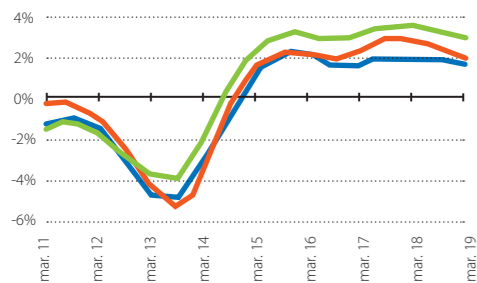
El número de parados en Soria ha repuntado 2,9 puntos en el primer trimestre del año 2019, pasando del 4,2% en el 4T18 al 7,1% en el 1T19. A pesar de ello, esta sigue siendo una de las cifras observadas más bajas desde el inicio de la crisis en 2008, manteniéndose por debajo del 10% dese hace un año. El repunte de la tasa de paro también se ha observado en el agregado regional y nacional, si bien de forma menos pronunciada, aumentando 1,2 puntos en Castilla y León (hasta el 12,4%) y 0,5 puntos en el conjunto de España (hasta el 14,7%).

La proporción de parados de larga duración ha repuntado 9 puntos en Soria hasta el 44,7% en el 1T19. A pesar de este repunte, las cifras siguen estando lejos del máximo alcanzado en el primer trimestre de 2011, donde los parados de larga duración alcanzaron el 54,5%. Por el contrario, la proporción de parados de larga duración continúa con la tendencia decreciente experimentada en trimestres anteriores en Castilla y León y en el conjunto nacional, situándose en el 41,8% y 42,6%, respectivamente, en el 1T19.

● Soria ● Castilla y León ● España

Afiliados a la Seguridad Social (variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, Ministerio de Empleo y Seguridad Social



Variación de la afiliación a la Seguridad Social por rama de actividad (promedio anual), 1T19

Fuente: Afi, Ministerio de Empleo y Seguridad Social



El balance empresarial de Soria es positivo en el 1T19, si bien la creación de empresas ha sido un 11,3% menor en comparación con el 1T18.

La compraventa de viviendas en Soria crece un 17,2% anual en el 1T19, mientras que los visados aumentan un 34,9%.

Soria comienza el año 2019 con una natalidad empresarial positiva, si bien el crecimiento con respecto al mismo trimestre del año anterior es negativo (se han creado un 11,3% menos de empresas). La disolución de empresas también disminuye un 4,8%. Como consecuencia, el balance empresarial del primer trimestre del año es positivo, habiéndose creado 26 empresas frente a las 10 sociedades mercantiles disueltas en el mismo periodo. Con respecto al agregado regional, Castilla y León crea un 0,8% más de empresas en el 1T19 con respecto al 1T18, destruyendo un 1,6% menos de sociedades. Como consecuencia, el balance empresarial es positivo. Por su parte, el agregado nacional presenta el mayor crecimiento observado en el 1T19, situándose en el 2,2% de creación empresarial. En total en España se crearon 27.816 empresas en el primer trimestre del año, frente a las 8.317 disueltas, lo que deja un balance positivo.

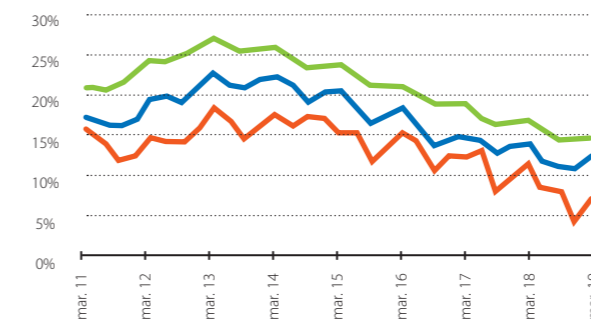
La compraventa de viviendas en Soria continúa acelerando su ritmo de crecimiento, alcanzando el 17,2% anual en el 1T19. El crecimiento es superior al observado en el conjunto regional y nacional, donde se continúan presentando signos de ralentización del ciclo. Así, la comunidad castellanoleonesa crece un 12,2% anual en el 1T19, frente al 7,9% observado en el conjunto nacional.

El número de visados de viviendas de nueva construcción crece un 34,9% en el 1T19 en Soria, todavía positivo pero con menor fuerza que en trimestres anteriores. La región de Castilla y León se mantiene en el 19,9%, mientras que el agregado nacional comienza el año en el 25,5%.

● Soria ● Castilla y León ● España

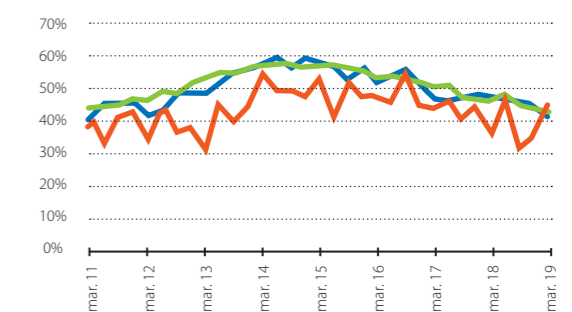
Tasa de paro (%)

Fuente: Afi, INE



Parados que han trabajado anteriormente y buscan empleo desde hace más de un año (% total parados)

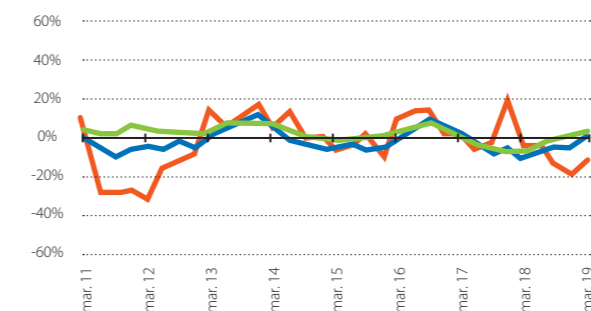
Fuente: Afi, INE



Sociedades mercantiles creadas

(variación interanual, promedio anual)

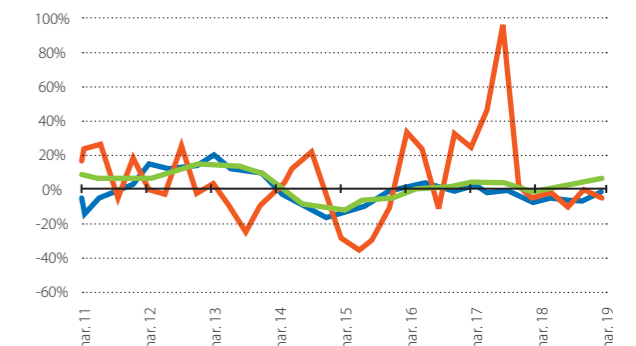
Fuente: Afi, INE



Sociedades mercantiles disueltas

(variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, INE



Las pernoctaciones de viajeros en Soria han caído un 0,45% interanual en el 1T19, disminución observada tanto en los alojamientos hoteleros como en los rurales.

Las pernoctaciones de viajeros en Soria han caído un 0,45% interanual en el primer trimestre del 2019, frente al crecimiento del 0,8% observado en el conjunto de Castilla y León. Por su parte, las pernoctaciones en España caen un 0,74% interanual en el 1T19, continuando con la senda de desaceleración ya observada en trimestres anteriores. Por tipología de alojamiento, las pernoctaciones en hoteles son las que más han contribuido al descenso de las mismas en Soria, si bien las realizadas en alojamientos rurales también han caído.

La actividad crediticia y la concesión de hipotecas rompen con la tendencia negativa y comienzan el año con un aumento del 0,6% y 5,7%, respectivamente.

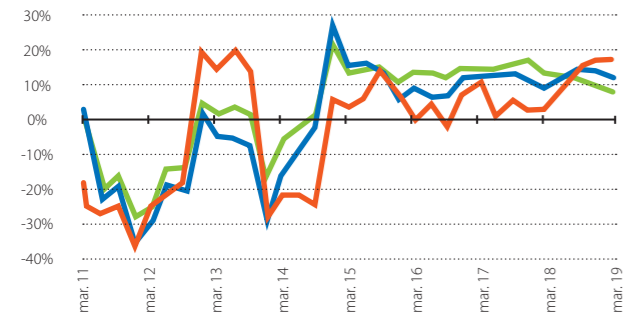
La actividad crediticia en Soria revierte la tendencia que venía presentando desde el 1T10, creciendo un 0,6% en el 1T19. Tanto Castilla y León como el agregado nacional continúan cayendo, si bien el ritmo de caída se ha ralentizado con respecto a anteriores trimestres. Mientras que Castilla y León cae un -4,0%, el agregado nacional lo hace en 3,1%.

Por su parte, la concesión de créditos hipotecarios en Soria también rompe con la tendencia negativa observada en los últimos trimestres, dejando un crecimiento del 5,7% interanual en el 1T19. El número de hipotecas concedidas en Castilla y León y en España continúan acelerando el ritmo de crecimiento en el primer trimestre del año, situándose en el 9,3% y 18,7%, respectivamente.

● Soria ● Castilla y León ● España

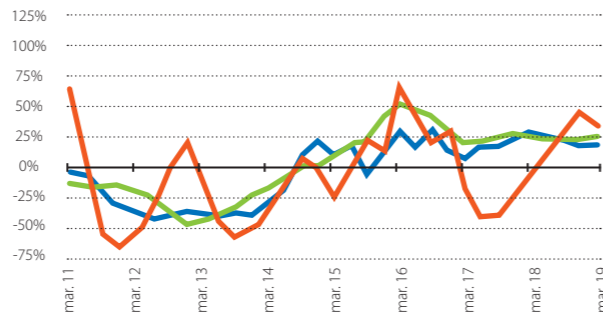
Transacciones de viviendas
(variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, MFOM



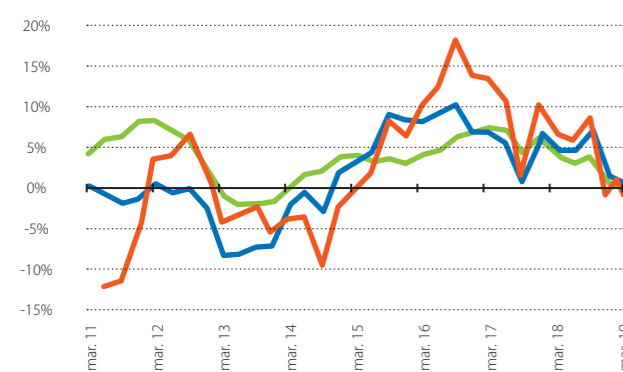
Visados de viviendas de nueva construcción
(variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, MFOM



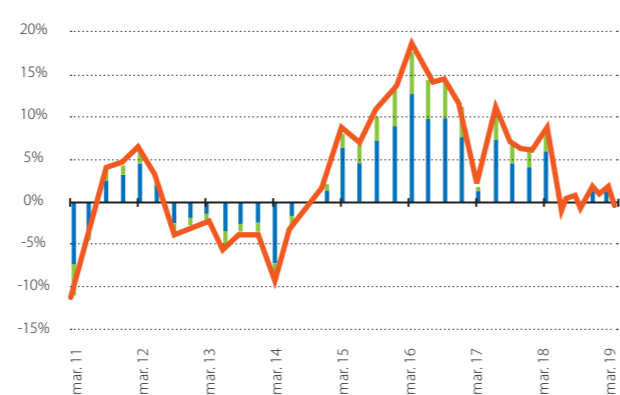
Pernoctaciones de viajeros
(variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, INE



Pernoctaciones de viajeros en Soria por tipo de alojamiento
(variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, INE



La inflación en Soria se eleva hasta el 2,12% en el 1T19.

El volumen de exportaciones de Soria ha crecido un 6,2% interanual en el 1T19, dejando una balanza comercial positiva de más de 30 millones de euros.

El ritmo de crecimiento de los precios continúa acelerándose en el primer trimestre del año en Soria hasta el 2,12%, mientras que la inflación subyacente se encuentra 0,55 puntos por debajo del IPC general. La inflación de Castilla y León y del conjunto nacional también experimenta esta tendencia, situándose 0,25 y 0,40 puntos por debajo del IPC general de Soria.

El crecimiento de los precios en Soria viene explicado un trimestre más por el incremento de los precios en los servicios postales (8,37%); en la electricidad, gas y otros combustibles (7,94 %); en la utilización de vehículos personales (6,06%); y de los servicios de telefonía y fax (4,10%). Por el contrario, las categorías que más han disminuido sus pre-

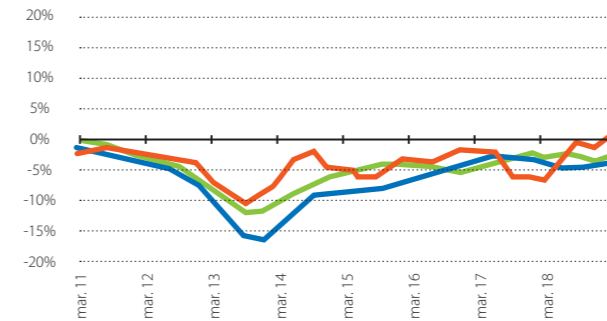
cios en el 1T19 son los equipos de telefonía y fax (-17,95%); otros grandes bienes duraderos para ocio y cultura (-10,66%); equipos audiovisuales y fotográficos (-5,03%); y paquetes turísticos (-2,13%).

El volumen de exportaciones de Soria ha cerrado el 1T19 superando los 114 millones de euros, un 6,2% más que el mismo trimestre del año anterior. Por su parte, las importaciones han caído un 6,0%, dejando el primer trimestre con un volumen de casi 84 millones de euros en importaciones de bienes. Como consecuencia, la balanza comercial del primer trimestre del año es positiva, superando los 30 millones de euros; un 64% más que el mismo periodo del año anterior.

● Soria ● Castilla y León ● España

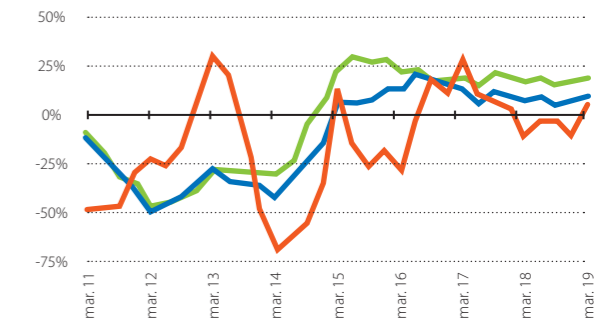
Crédito
(variación interanual, promedio anual)

Fuente: Afi, BdE



Hipotecas concedidas
(variación interanual, promedio anual)

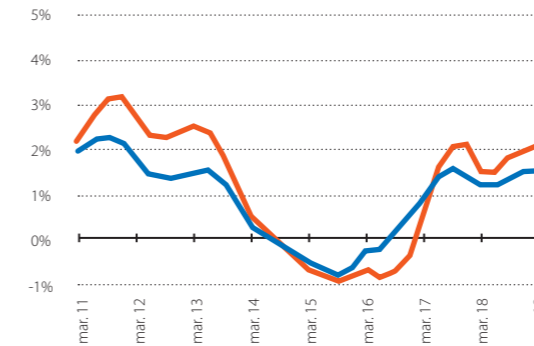
Fuente: Afi, INE



● General ● Subyacente

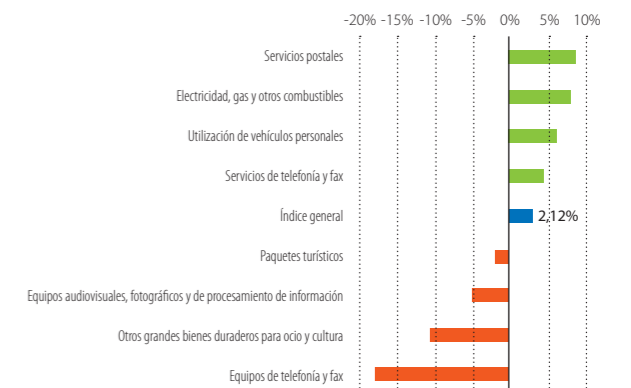
Inflación general y subyacente en Soria
(promedio anual)

Fuente: Afi, INE



Inflación en Soria por subgrupos
(variación interanual de los precios, promedio anual) 1T19

Fuente: Afi, INE



Estimaciones y previsiones de la economía soriana

Las estimaciones de crecimiento de PIB se aceleran en el conjunto del año 2019. Las previsiones del PIB de Soria se elevan hasta el 3,8% interanual en el 1T19. El crecimiento de Soria continua siendo superior al previsto para Castilla y León y para el conjunto nacional, que se sitúan a 1,5 y 1,4 puntos del de la provincia (2,3% y 2,4% interanual en el 1T19, respectivamente).

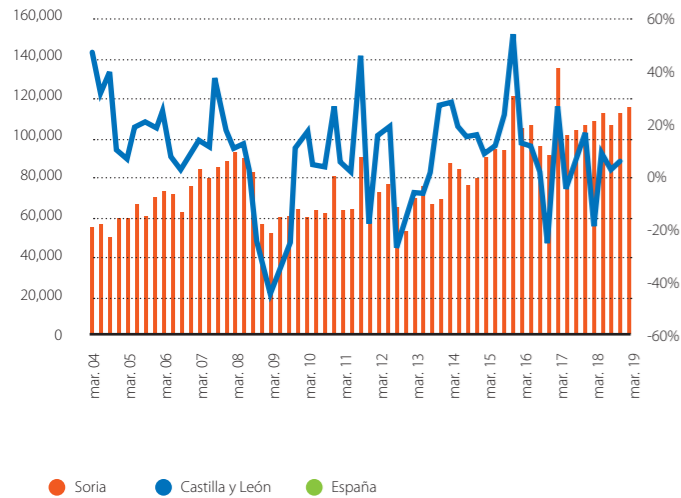
No obstante, las previsiones apuntan a una desaceleración de la economía en los próximos trimestres. De acuerdo con esto, Soria crecerá un 3,7% anual en el 4T19, una décima por debajo de lo esperado para inicios de año. Para la comunidad castellanoleonesa se prevé un crecimiento anual a cierre de 2019 del 2,3%, 0,5 puntos por debajo del esperado para el primer trimestre del año. En cuanto a lo previsto para la economía española, se espera una ralentización de los ritmos de crecimiento de apenas una décima, pasando del 2,5% en el 1T19 al 2,4% anual en el 4T19.

Las previsiones de crecimiento económico de Soria se aceleran hasta el 3,8% anual en el 1T19, más de un punto por encima del previsto para Castilla y León el conjunto nacional.

Exportaciones de bienes en Soria

(eje izq. miles de €; dcha. variación i.a.).

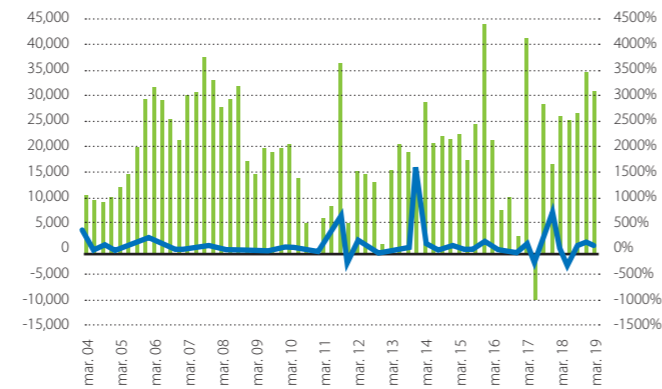
Fuente: Afi, Datacomex



Balanza comercial de Soria

(exportaciones – importaciones, eje izq. miles de €; dcha. variación i.a.).

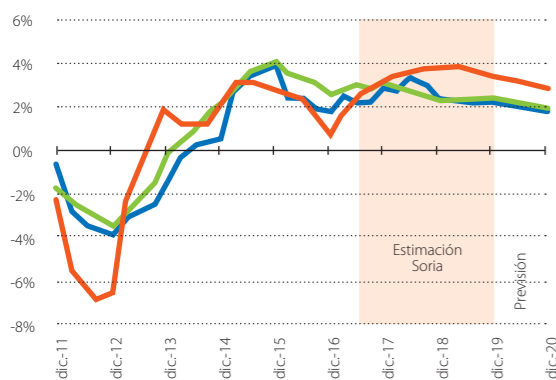
Fuente: Afi, Datacomex



Crecimiento del PIB real en Soria (variación interanual)

Estimación Afi 1T17-4T18

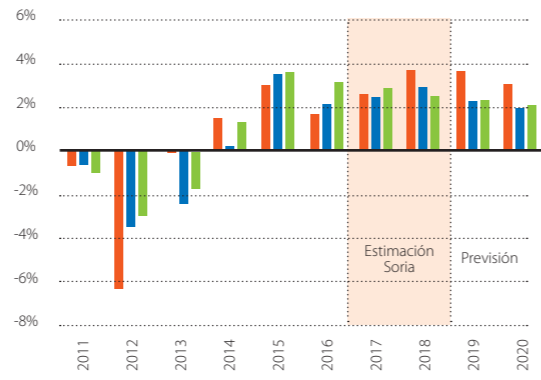
Fuente: Afi, INE



Crecimiento del PIB en Soria (variación anual)

Previsión Afi 1T19-4T20

Fuente: Afi, INE



Emprendimiento y transformación del sector primario soriano

El sector agroalimentario, entendido como el conjunto del sector primario y la industria agroalimentaria, clave en la economía de Soria, se enfrenta a una serie de retos que pasan por una mayor transformación de los productos primarios a través del desarrollo de la industria del sector. El sector cárnico de la provincia, incluyendo la producción y transformación de productos, podría constituir una oportunidad en este sentido. Conocer los procesos por los que han pasado las empresas del sector agrario en la transformación del mismo resulta fundamental para establecer una serie de buenas prácticas que contribuyan al desarrollo del sector en Soria.

El sector agroalimentario es clave en la economía de Soria...

El sector agroalimentario, entendido como el conjunto del sector primario y la industria agroalimentaria, es clave en la economía de Soria. La provincia cuenta con un alto grado de especialización en este sector, aglutinando una elevada proporción de trabajadores cuya productividad laboral, superior a la de sus homólogos regionales y nacionales, le confiere una ventaja competitiva en términos económicos que debe aprovechar. No obstante, el sector agroalimentario soriano se enfrenta a una serie de retos que pasan por una mayor transformación de los productos a través del desarrollo de la industria del sector.

La industria alimentaria española ocupa en Europa el quinto puesto en valor de cifra de negocios. Mientras tanto, en España este sector es también la principal rama del sector industrial, representando el 24,8% del mismo, el 18% de las personas ocupadas y el 15,5% del valor añadido. En total, en España hay unas 31.342 empresas de la industria de la alimentación y bebidas, de las cuales el 96,5% cuentan con menos de 50 empleados, dando empleo a casi medio millón de personas.

Por su parte, Castilla y León cuenta con más de 3.152 empresas en la industria agroalimentaria que emplean a 36.862 trabajadores, dejando una cifra de negocio de 10.133 millones de euros, lo que representa el 8,5% del total del sector industrial a nivel nacional.

El mayor peso y desarrollo de la industria agroalimentaria ya se ha experimentado en múltiples puntos de la geografía europea. De acuerdo con el Informe Anual de la Industria Alimentaria Española (2017-2018)¹, publicado por el Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación, la industria alimentaria es la principal actividad de la industria manufacturera en la Unión Europea, cuya cifra de negocios superó los 1.109.000 millones de euros en dicho periodo. En total, hay unas 294.000 empresas que dan empleo a 4,6 millones de personas. Las pequeñas y medianas empresas representan el 48,1% del total de cifra de negocios del sector y el 61,3% del empleo que genera.

En cuanto al nivel provincial, no es posible obtener el peso de la industria agroalimentaria debido a la indisponibilidad de estadísticas que lo reflejen. No obstante, sí es posible conocer cuál es el Valor Agregado Bruto (VAB) del sector primario soriano (que no incluye la industria agroalimentaria), que representa el 7,2% del total del VAB de 2016 (último dato disponible), por encima de lo que esta cifra representó en Castilla y León y en España (5,3% y 3,0%, respectivamente) este mismo año.

El sector agroalimentario, clave en la economía de Soria, se enfrenta a una serie de retos que pasan por una mayor transformación de los productos a través del desarrollo de la industria del sector.

La industria alimentaria española ocupa en Europa el quinto puesto en valor de cifra de negocios, mientras que a nivel nacional es la principal rama del sector industrial.

Tabla 1. Las cifras de la industria agroalimentaria (2017-2018)

Fuente: Afi, Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación

	Europa	España	Castilla y León
Cifra de negocios (millones de euros)	1.109.000	113.593	10.133
Número de empresas	294.000	31.342	3.152
Empleo (personas)	4.570.000	496.200	36.862

1. Disponible en: https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/industria-agroalimentaria/_informeanualindustria2017-2018_tcm30-87445.pdf

El 14,7% de los afiliados en Soria en 2018 lo hizo en el sector agroalimentario, por encima del promedio regional y nacional.

La provincia, además de estar más especializada en este sector, aglutina una mayor proporción de trabajadores. El 14,7% de los afiliados en Soria durante 2018 lo hizo en el sector agroalimentario (9,9% en el sector primario, 4,6% en la industria alimentaria y 0,2% en la fabricación de bebidas), mientras que en Castilla y León y en España el total de trabajadores en este sector representaron un 11,6% y 8,4%, respectivamente.

La provincia ha estado apostando visiblemente por este sector durante los últimos años. Mientras que en el conjunto regional la proporción de afiliados en el sector agroalimentario ha aumentado apenas 2 décimas y en el agregado nacional ha disminuido 0,6 puntos, el número de afiliados en este sector en Soria ha crecido 1,5 puntos entre 2010 y 2018.

Tabla 2. Las cifras del sector primario (2010-2016)

Fuente: Afi, Contabilidad Regional de España (INE)

	Soria		Castilla y León		España	
	2010	2016	2010	2016	2010	2016
VAB del sector primario (miles de euros)	171.047	144.832	2.584.945	2.668.273	25.253.000	30.096.000
% sobre VAB total	8,5%	7,2%	5,1%	5,3%	2,6%	3,0%
Empleo en el sector primario	4.000	4.000	71.700	65.900	793.900	761.000
% sobre empleo total	9,2%	9,8%	6,9%	6,8%	4,0%	4,0%

Tabla 3. Afiliados en el sector agroalimentario (2010-2018)

Fuente: Afi, Seguridad Social

	Soria		Castilla y León		España	
	2010	2018	2010	2018	2010	2018
Sector primario	39.783	46.289	814.037	756.619	14.404.628	13.579.314
% sobre total	8,6%	9,9%	7,4%	7,0%	6,8%	6,1%
Industria agroalimentaria	20.287	21.311	396.737	444.991	4.027.170	4.534.795
% sobre total	4,4%	4,6%	3,6%	4,1%	1,9%	2,0%
Fabricación de bebidas	1.147	1.049	48.954	53.675	606.742	580.729
% sobre total	0,2%	0,2%	0,4%	0,5%	0,3%	0,3%
TOTAL SECTOR AGROALIMENTARIO	61.217	68.649	1.259.728	1.255.285	28.590.684	14.160.043
% sobre total	13,2%	14,7%	11,4%	11,6%	9,0%	8,4%

Producción y transformación agrícola en Soria: una mirada a través de la balanza comercial

El sector agroalimentario tiene un papel no desdeñable en el comercio exterior de la provincia, representando el 9,4% del total de exportaciones e importaciones en el año 2018. El análisis en profundidad del comercio exterior de la provincia por tipo de producto pone de manifiesto las claves de especialización y ventajas competitivas con las que cuenta Soria, información relevante a la hora de potenciar la integración industrial en la provincia.

La balanza comercial exterior del sector agroalimentario de Soria resultó positiva en 2018, con casi 9,8 millones de euros de valor.

1) Por componentes, el sector primario de Soria, que aglutina la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, presentó una balanza comercial positiva por valor de 9,1 millones de euros.

Los principales productos exportados en este sector se encuentran dentro de la categoría "otros cultivos no perennes", que aglutina las semillas de remolacha, de plantas forrajeras y el cultivo de flores y semillas de flores. En esta categoría destaca fundamentalmente el cultivo de rosas, ya que Soria cuenta con el mayor invernadero de rosas de Europa². En total, en 2018 se exportó un valor de 10,6 millones de euros en productos de esta categoría, lo que representa el 82,9% del volumen de exportaciones del sector primario en la provincia.

El sector primario de Soria presentó una balanza comercial positiva por valor de 9,1 millones de euros en 2018.

El sector cárnico de la provincia podría constituir una oportunidad, ya que existe una demanda potencial abastecida actualmente a través de la importación de productos.

Seguindo a esta categoría se encuentran los frutos con hueso, cuyas exportaciones casi alcanzaron el millón de euros en 2018, representando el 99,97% del valor total transado de estos productos en la provincia (apenas se produjeron importaciones de frutos con hueso), y el 7,8% del total de exportaciones del sector primario.

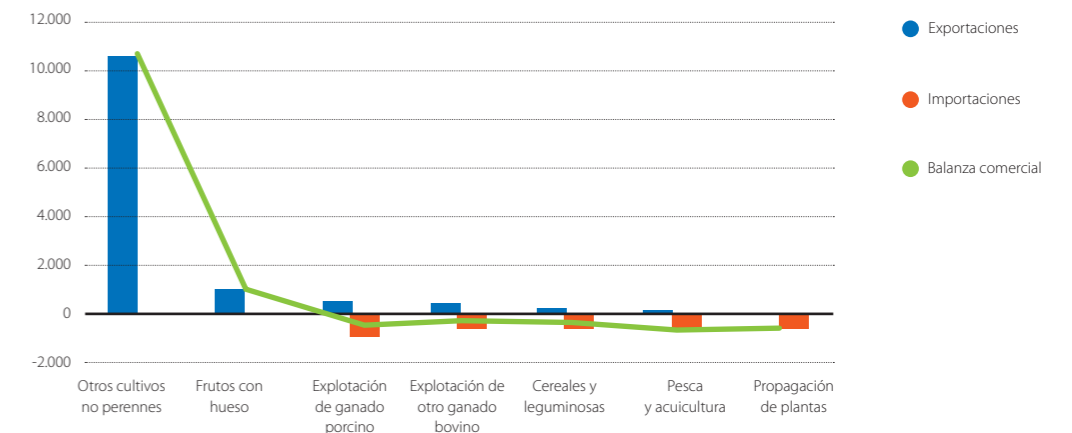
Las exportaciones derivadas de la explotación de ganado porcino y bovino, en tercer y cuarto lugar, alcanzaron los 0,5 y 0,4 millones de euros, respectivamente (3,8% y 2,9% del volumen total de exportaciones del sector). No obstante, cabe destacar que la balanza comercial de estos dos últimos productos resulta negativa, ya que el valor de las importaciones realizadas por la provincia en esta categoría fue superior al valor de lo que se exportó en 2018. De hecho, en agregado estas dos categorías representan el 42,1% del volumen total de importaciones del sector primario.

Esto podría estar evidenciando un problema del sector cárnico soriano, ya que no se está produciendo en la provincia lo suficiente para abastecer la demanda de estos productos, motivo por el cual se está recurriendo a la importación de productos similares del exterior.

Los principales productos primarios importados son los derivados de la explotación de ganado porcino (1 millón de euros, 25,4% del total de importaciones del sector); pesca y acuicultura (0,7 millones de euros, 18,3%); propagación de plantas³; explotación de ganado bovino; y cereales y leguminosas (0,6 millones de euros cada uno aproximadamente, 15,6-17,4% del total de importaciones del sector).

Figura 1. Balanza comercial del comercio exterior de Soria: principales productos de sector primario (miles de €)

Fuente: Afi, Datacomex



2. La empresa Aleia Roses, cuenta con un invernadero de casi 15 hectáreas que supuso una inversión de más de 65 millones de euros. El invernadero, situado en la localidad de Garray, da empleo a más de 400 personas, 180 directos y 250 indirectos. Según destacan "este proyecto ha querido tener en cuenta la fuerte tendencia local al desplazamiento hacia las grandes ciudades por las escasas perspectivas laborales del entorno rural. Así, ha apostado por la creación de empleo en la provincia castellano leonesa de Soria, una zona de alta despoblación." El principal destino de las exportaciones de rosas es Holanda, considerado como el hub de este producto. https://cincodiaselpais.com/cincodias/2016/10/24/empresas/1477321737_187275.html

3. De acuerdo con el INE, esta clase comprende la producción de todos los productos vegetales para plantación, incluidos esquejes, serpollos y semilleros, para la reproducción directa de plantas o para producción de injertos mediante la selección de vástagos. http://www.miramiss.gob.es/es/sec_trabajo/ccncc/J_MNC/notasex_cnae_09.pdf

2) Dentro del sector agroalimentario también se encuentra la **industria de la alimentación**, que importó más productos de los que exportó, dejando una balanza negativa de 1,2 millones de euros.

En esta industria destacan la **elaboración de productos cárnicos y de volatería**, la elaboración de platos y comidas preparados, y la fabricación de productos para la alimentación de animales de granja, cuyas exportaciones superaron en 2018 los 22 millones de euros (14,1; 4,3 y 3,6 millones de euros respectivamente, con un peso sobre el total de exportaciones del sector del 53,1%, 16,1% y 13,7%).

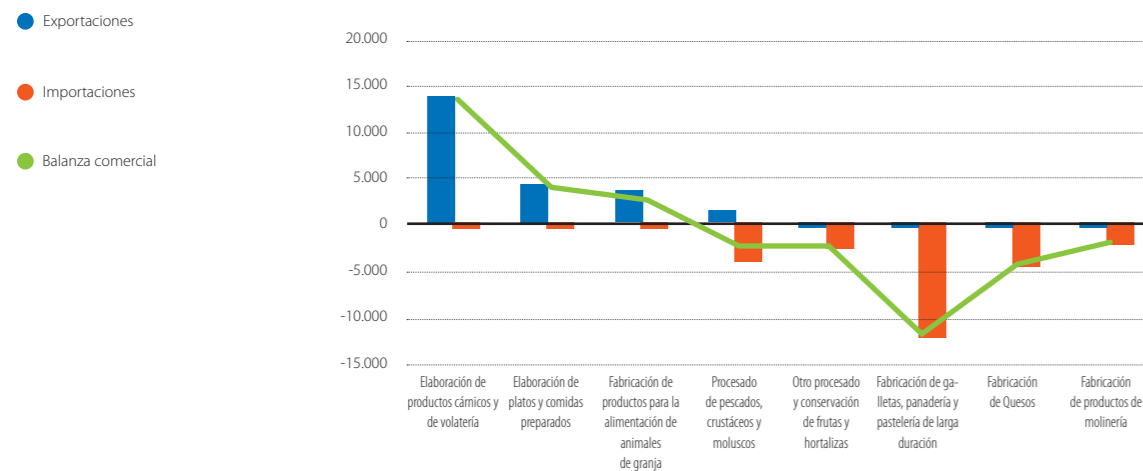
Les sigue el procesado de pescados, crustáceos y moluscos, cuya balanza comercial resultó negativa, y el procesado de patatas (0,7 millones de euros en exportaciones, 6,4% del total de exportaciones). La **producción y transformación de productos cárnicos**, por lo tanto, se alza como una de las ramas que pueden suponer una **oportunidad de desarrollo económico** en la provincia de Soria.

La fabricación de galletas, panadería y pastelería de larga duración, así como la fabricación de quesos y el procesado de pescados y moluscos son las tres principales ramas de productos importados, con 20,3 millones de euros de importaciones (73,0% del volumen total de importaciones del sector). A estos les siguen el procesado y conservación de frutas y hortalizas, con valor de 2,4 millones de euros (8,6% del total), y la fabricación de productos de molinería, cuyas importaciones alcanzaron los 1,9 millones de euros (6,8% del total de importaciones del sector).

3) El tercer componente de la industria agroalimentaria, la **fabricación de bebidas**, presentó en 2018 una balanza comercial positiva de 1,9 millones de euros. Dentro de este segmento destaca la **elaboración de vinos**, con 1,8 millones de euros en exportaciones en 2018, lo que representa el 99,8% del volumen total de exportaciones del sector, así como la destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas, con 300.000 euros en exportaciones (0,2% del total). El volumen de importaciones apenas alcanzó los 38.000 euros, y se produjo en la rama de fabricación de bebidas no alcohólicas y producción de aguas minerales.

Figura 2. **Balanza comercial del comercio exterior de Soria: principales productos de la industria alimentaria (miles de €)**

Fuente: Afi, Datacomex



En conclusión, a pesar de la relevancia económica del sector primario y la industria agroalimentaria en Soria, existen todavía retos y oportunidades a aprovechar en la región. El sector cárnico de la provincia podría constituir una oportunidad, ya que existe una demanda potencial no abastecida de forma suficiente por la producción local, tanto en el sector primario como en la transformación alimentaria, motivo por el cual se está recurriendo a la importación de estos productos del exterior.

... si bien todavía hay cabida para un mayor desarrollo del sector

La Comisión Europea en la Comunicación "El futuro de los alimentos y de la agricultura" de 2017 definió cuatro retos para la agricultura europea en el horizonte 2020:

- 1) Conseguir un sector agrícola inteligente y resiliente, aumentando el valor añadido,
- 2) Reforzar el cuidado del medio ambiente y la acción climática,
- 3) Fortalecer el tejido socioeconómico de las zonas rurales, y
- 4) Abordar las expectativas de la sociedad con respecto a la **producción sostenible de alimentos** en particular en lo que respecta a la inocuidad y calidad de los alimentos, el medio ambiente y las normas de bienestar animal.

Para la consecución de estos objetivos la literatura académica al respecto destaca que resulta inevitable que los **agricultores colaboren** con el resto de agentes de la **cadena agroalimentaria**, desde los proveedores de bienes y servicios hasta los propios clientes, lo que permita un mayor intercambio de información y una mejor orientación al cliente, permitiendo **optimizar procesos** complejos, **innovar y mejorar la productividad**.

La **creación de empleo** que permita la atracción y retención de talento y, en consecuencia, el **fortalecimiento del tejido socioeconómico** es fundamental para la provincia de Soria, para lo que es necesario que se desarrollen y promuevan proyectos, tanto desde el ámbito privado como de las administraciones públicas. Un ejemplo de iniciativas en este sentido es la empresa Litera Meat, situada en Binéfar (Huesca) y creada en 2018 como parte del Grupo Pini, que cuenta con centros de producción en Italia, Hungría y Polonia. Litera Meat se ha constituido como el matadero más grande y moderno de España del Grupo Pini, cuya actividad empresarial permitirá la creación de 800 empleos en la primera fase de producción, aumentando hasta 1.600 empleados cuando la industria se encuentre a pleno rendimiento.

4. Disponible en <http://www.coag.org/download-doc/238496>

Además, en vías de conseguir la **sostenibilidad de la actividad agraria** en todas las facetas de la misma, la producción ha de ser diversificada, de alta calidad y adaptada al mercado, gestionada a través de una cadena agroalimentaria más coordinada, transparente y equitativa, que permita ingresos justos a los agricultores y una producción respetuosa con el medio ambiente⁴.

Estos son sólo algunos de los retos a los que se enfrenta el sector agroalimentario, que numerosas corporaciones ya han comenzado a desarrollar. Conocer los procesos por los que han pasado las empresas del sector agrario en la transformación del mismo resulta fundamental para establecer una serie de buenas prácticas que contribuyan al mayor desarrollo del sector en la provincia de Soria. Por ello, en la siguiente sección se analizarán algunos ejemplos, no siendo las únicas empresas destacables en la consecución de sus objetivos.

Por ello, se analizan algunos casos de éxito en la transformación del sector...

bonÀrea AGRUPA

bonÀrea Agrupa es una agrupación de empresas que cuenta con más de medio siglo de experiencia en el sector cárnico. Comenzó su camino en 1959, cuando un grupo de empresarios de Guissona y alrededores de la provincia de Lérida que desarrollaban su actividad en el sector ganadero decidieron unirse para formar la Cooperativa Avícola de Guissona, actualmente bonÀrea Agrupa.

La característica principal de esta agrupación empresarial es que incorporan a la **estructura productiva, empresarial y comercial** todos los elementos necesarios para lograr la **integración vertical de la cadena de producción y cerrar el ciclo productivo completo de los productos**. Con 3.804 empleados, actualmente el grupo desarrolla todas las actividades ganaderas, industriales y comerciales, logrando llegar al consumidor final sin intermediarios. Las principales empresas de este grupo son:

- **bonÀrea Cooperativa**, cuya actividad se basa en la cría y el engorde de aves y ganado.
- **bonÀrea Corporación**, que desarrolla todas las actividades industriales, entre las que se encuentran la fabricación de piensos, sacrificio, transformación y elaboración de los productos cárnicos, así como las actividades comerciales y de distribución, a través de las tiendas bonÀrea.
- **Además**, resulta relevante destacar que la entidad de crédito CaixaGuissona ha crecido de forma conjunta con la agrupación empresarial.

A través de esta estructura empresarial, el objetivo del grupo es mejorar el rendimiento de las explotaciones ganade-

Monografía

ras y atender las necesidades de los clientes, **garantizando la calidad y seguridad de los productos mediante el control completo de la cadena de producción**, lo que les permite ofrecer productos con garantía de origen.

Vinculados siempre con la **realidad social y económica**, defienden que el trabajo que desarrollan no solamente es valioso para los consumidores sino para la sociedad en general, gracias a la producción de alimentos de calidad con precios competitivos. Además, sus inicios como cooperativas del campo y de crédito han marcado la trayectoria de las empresas del grupo, que han mantenido los **principios de economía social**, claves también en el éxito de la agrupación.

Ejemplo de su vocación de crecimiento y apuesta por la inversión es el desarrollo de un proyecto de construcción de una nueva planta que contará con diferentes aspectos de su cadena de producción. Se estima que este proyecto esté finalizado en 2029, comenzando la construcción de los espacios logísticos a partir de 2021, que contará con un supermercado, restaurante, y gasolinera, así como talleres de mantenimiento y una planta de alimentos para mascotas. El espacio de mataderos y salas de despiece se desarrollará entre 2023 y 2026 y, posteriormente, entre 2027 y 2029 se construirán las planas para elaborados, cocinados y demás producciones.

En palabras del Presidente y Fundador, Jaume Alsina Calvet, el desarrollo del grupo en el ámbito de la producción agraria y animal es consecuencia no sólo de haber hecho frente a las dificultades, sino de haber aceptado todas las oportunidades que han surgido en el desarrollo de la actividad ganadera, que les ha llevado a la integración total hasta el consumidor, y a la amplia gama de especies y productos con los que cuentan en la actualidad.

Cerealto Siro Foods

Cerealto Siro Foods es una empresa global del sector agroalimentario que se dedica al desarrollo y fabricación de productos derivados del cereal. Su sede principal se encuentra en la provincia de Palencia, si bien desarrolla su actividad en todo el territorio nacional, contando con fábricas en Portugal, Italia, Reino Unido y México, así como oficinas comerciales en estos países y en Estados Unidos. Cuentan con 4.800 empleados, formando equipos locales y multidisciplinares de más de 35 nacionalidades diferentes.

La historia de la empresa comenzó con el Grupo SIRO, que nació en 1991, con la fabricación de galletas SIRO, marca global que venía desarrollando su actividad desde 1920. Con el paso de los años el grupo fue expandiendo sus actividades, **fabricando nuevos productos e integrando nuevos negocios**. En 2012 se constituyó Cerealto, y no fue hasta 2018 que se produjo la integración del Grupo Siro y Cerealto, bajo el nombre Cerealto Siro Foods.

La integración de ambas empresas, por un lado, Grupo Siro, interproveedor de Mercadona en España, y Cerealto, empresa con operaciones a nivel global, se produjo mediante un acuerdo para la integración en un único grupo alimentario multinacional con el objetivo de, en palabras del grupo, unir lo mejor de cada compañía: **un negocio consolidado** en España y el **conocimiento de la cadena de valor** en cada una de sus categorías, por parte del Grupo Siro, y una **estructura de negocio global** y compromisos con **clientes internacionales**, en el caso de Cerealto.

La visión y valores del grupo están centrados en ser reconocidos como apasionados en **transformar cereales en alimentos excelentes e innovadores**, trabajando junto a los clientes, colaboradores, agricultores y proveedores locales, para desarrollar productos accesibles que cubran las necesidades presentes y futuras de los consumidores en los distintos mercados.

Para llevar a cabo sus objetivos se centran en tres puntos:

1. Promover soluciones eficientes. El objetivo del grupo marcado para 2030 es concentrarse en 30 clientes en el mundo, con un potencial de más de 100 millones de euros, trabajando con distribuidores y compañías marquisas de alimentación compatibles entre sí.

2. Superar expectativas. Para hacer crecer su negocio, la agrupación pone el foco en asegurar la **máxima calidad de los productos** que ofrecen, garantizando la **excelencia** de las **operaciones** y la **innovación** de los **productos** y **procesos** que desarrollan.

3. Mantenimiento de relaciones duraderas y estables. El **conocimiento** de toda la **cadena de valor de los productos** que ofrecen desde el origen; los procesos de **transformación digital** que vienen aplicando en las fábricas con el objetivo de mejorar la **eficiencia** y ser más **competitivos**; y la flexibilidad, agilidad y anticipación a las demandas del consumidor, son claves del desarrollo de la actividad.

El grupo se caracteriza por ofrecer **productos diferenciados** y de **calidad**, basándose en la **innovación, eficiencia y conocimiento** de las **tendencias y preferencias** de los consumidores en cada uno de los mercados en los que está presente. Los procesos de innovación de los productos están enfocados en el desarrollo y mejora de productos más saludables y con necesidades nutricionales específicas, poniendo énfasis en garantizar la calidad y seguridad de los productos que ofrecen, cumpliendo con todos los requisitos legales y contando con **certificaciones específicas**, como la Orgánica, Kosher, Halal, RSPO o UTZ.

Monografía

Grupo Martinavarro

El Grupo Martinavarro se constituyó como sociedad en 1946, si bien las familias Martinavarro, Ballester y Dealbert contaban con experiencia previa en la comercialización de cítricos.

En los años 50, el grupo comenzó a desarrollar su actividad en el mercado francés e inglés, a través de la **comercialización** de sus **productos** en **mercados mayoristas** y grandes superficies del mercado europeo. De esta época cabe destacar la relación de la empresa con el distribuidor Marks & Spencer, relación que se mantiene en la actualidad, situando al grupo Martinavarro como uno de los mayores proveedores de cítricos de esta cadena de supermercados. En los años 60 y 70 el grupo desarrolló una gran expansión comercial, estableciendo relaciones comerciales con las principales cadenas europeas como Albert Heijn en Holanda, Ica en Suecia, J. Sainsbury, Tesco en el Reino Unido o F.D.B. en Dinamarca.

Atendiendo a la nueva demanda y necesidades de los clientes, a partir de los años 80 la empresa comenzó a **diversificar su actividad** hacia otros productos agrícolas como las hortalizas. Como consecuencia, la actividad comercial del grupo se segregó, naciendo la compañía Verdimed, S.A., encargada principalmente de la producción y comercialización de hortalizas.

La década de los 90 supuso una época de desarrollo de **técnicas de cultivo innovadoras** y **respetuosas** con el **medio ambiente** con el objetivo de ofrecer un mayor control y mejor servicio a los clientes, llevando a la compañía a apostar y especializarse en el desarrollo de diferentes variedades de cítricos mediante el uso de estas nuevas técnicas. Actualmente Martinavarro es una de las **principales compañías exportadoras de cítricos y verduras**, que goza con un reconocido prestigio en el sector gracias a la calidad de sus productos.

Clave de su éxito ha sido, en palabras de la empresa, ser “consciente de que en un sector tradicional como la **agricultura, es necesario innovar, invertir y ser dinámico para poder crecer**. Nuestro objetivo es ser líder global en cítrico fresco para la venta a la gran distribución basándonos en calidad, seguridad alimentaria y servicio al cliente, generándoles valor añadido sostenible”. **La innovación** es un elemento fundamental del éxito, motivo por el que la empresa participa en proyectos internacionales de investigación de nuevas variedades de productos.

Uno de los últimos pasos del grupo ha sido la asociación empresarial en Reino Unido con Mack Multiples, creando la empresa MMG, que representa un **modelo de integración vertical** a través del cual se garantiza el **control de la producción de cítricos** desde el inicio de la producción en el campo hasta llegar al consumidor final. En este sentido, las líneas de futuro se orientan hacia ofrecer un servicio global de calidad durante todo el año a través del control de la cadena de distribución en su completitud.

Además, en 2018 Martinavarro se unió a RioTinto y Perales y Ferrer, junto con la firma de capital riesgo Miura Private Equity (que posee el 25% del accionariado de Martinavarro desde 2016), constituyendo Citri&Co, agrupando un total de 7.500 empleados. El objetivo de esta agrupación es crear una compañía líder en Europa en la producción y comercialización de cítricos, tanto convencionales como ecológicos, reflejando la importancia de este último segmento como nicho de mercado.



Hacia el mundo ecológico



De acuerdo con el informe “El sector ecológico en España 2018” el mercado ecológico español creció un 12,6% en 2018, manteniendo el ritmo de crecimiento de dos dígitos de años anteriores. Además, según señala este estudio, por primera vez España ha entrado el Top 10 mundial en términos de volumen de mercado interior y crecimiento interanual, motivado por el notable incremento del número de consumidores y del consumo per cápita nacional. Las perspectivas de desarrollo de este segmento de mercado, por tanto, se perfilan de forma muy positiva de cara a los próximos años.

La apuesta por este sector ecológico se presenta como una oportunidad para Soria, en términos de producción, de creación de empleo y de mejora de la competitividad de la provincia. No obstante, de acuerdo con el último Censo Agrario (2009), la producción ecológica en Soria es reducida, representando apenas el 0,2% de la superficie agraria útil, mientras que en el conjunto del país, esta misma cifra se eleva hasta el 2,2%.

Un ejemplo de iniciativas en este sentido en la provincia es Huertos de Soria, que ha conseguido constituirse como marca de calidad ecológica, aprovechando los recursos sorianos, y modernizando su canal de venta a través de su plataforma online. Soria cuenta con un gran potencial que debe aprovechar para desarrollar en profundidad este importante nicho de negocio, transformando no solamente los productos agrícolas ecológicos sino también los cárnicos, apostando por los productos diferenciados de calidad a través de las certificaciones y denominaciones.

...para detectar cuáles son las claves en la consecución de este objetivo

Como se destacó en [anteriores boletines](#) el sector agroalimentario se enfrenta a varios retos, entre los que se encuentra la elevada estacionalidad de la producción, incrementar el aprovechamiento agrario o potenciar la comercialización de sus productos. En este boletín se han destacado, además de estos, otros retos a los que se enfrenta el sector, como la necesidad de aumentar el valor añadido del mismo, reforzar el cuidado del medio ambiente y la acción climática mediante una producción sostenible y fortalecer el tejido socioeconómico de las zonas rurales.

Resulta fundamental conocer los procesos por los que han pasado las empresas del sector agrario en la transformación del mismo con el objetivo de establecer una serie de buenas prácticas que ayuden a la consecución de dichos retos del sector en general, y de la provincia de Soria en particular. En este sentido, en este boletín se han analizado algunos ejemplos de empresas que han apostado por la transformación del sector, de las que se han destacado algunas buenas prácticas, desarrolladas a continuación:

1. La diversificación de la producción hacia aquellos productos con mayor demanda y potencial de crecimiento, como los productos ecológicos, así como el desarrollo de productos de calidad con **certificaciones y denominaciones** pueden constituirse como una de las medidas para atajar la elevada estacionalidad de la producción, cualidad intrínseca a la actividad agrícola.
2. La demanda creciente de productos ecológicos y productos diferenciados de calidad representa, además, una oportunidad de **desarrollo empresarial**, que ofrece, a su vez, herramientas de **anclaje de la población y creación de empleo**.

3. Completar la cadena de valor de los productos mediante la apuesta en el desarrollo tecnológico de la industria agroalimentaria también contribuiría a paliar la elevada estacionalidad de la producción. Así mismo, la **integración de la cadena de producción** permitiría maximizar el control del ciclo productivo y garantizar la calidad de los productos, fundamental en la obtención de certificaciones y denominaciones.

4. Potenciar la **comercialización de dichos productos**, ya sea hacia mercados interiores o exteriores, haciendo uso de las oportunidades que ofrece el desarrollo de las nuevas tecnologías, como el comercio online, contribuiría también a hacer frente a los retos a los que se enfrenta el sector.

5. La **innovación y transformación** del sector, además, contribuiría a mejorar la eficiencia y competitividad de las empresas, fundamental para lograr un crecimiento sostenible del sector. Además, la innovación también permite el desarrollo de técnicas de producción respetuosas con el medio ambiente, cuidando el estrecho vínculo con el que cuenta el sector con la sociedad y el medio ambiente.

Estas son sólo algunas de las medidas que las empresas del sector podrían desarrollar, que para muchas han resultado ser casos de éxito, con el objetivo de lograr la consecución de los retos a los que se enfrentan. Desarrollar líneas de acción en este sentido contribuiría a impulsar la relevancia económica con la que ya cuenta el sector primario y la industria agroalimentaria en Soria, solventando los retos y aprovechando las oportunidades que ofrece la provincia.

Carlos Martínez Izquierdo Presidente de Caja Rural de Soria

El presidente de Caja Rural de Soria, Carlos Martínez Izquierdo, destaca que el sector agrícola y ganadero de la provincia es experto en producción, pero debería dar un paso adelante y apostar también por la transformación de la materia prima, como fórmula de desarrollo económico y generación de empleo. Una estrategia que en su caso ha impulsado con éxito a través de su empresa: Jamones y Embutidos La Hoguera.

“Somos expertos en el sector primario en cuanto a la producción agrícola y ganadera, pero deberíamos apostar más por la transformación, como eje fundamental para generar empleo; y también por la innovación, como fórmula para retener talento.”



Pregunta. El sector agroalimentario es clave en la economía de Soria, pero todavía tiene margen para una mayor transformación industrial que complete las cadenas de valor. ¿Qué fortalezas detecta en el sector?

Carlos Martínez Izquierdo. Somos expertos en el sector primario en cuanto a la producción agrícola y ganadera, pero deberíamos apostar más por la transformación, como eje fundamental para generar empleo; y también por la innovación, como fórmula para retener talento. El empleo y el talento tienen que venir fruto del desarrollo de la transformación, que hoy tanto se necesita.

Entre nuestras fortalezas también está el amplio territorio que tenemos, la ubicación de Soria en el centro de los grandes núcleos de producción —especialmente cuando terminen las infraestructuras— y una mayor suavidad de

las condiciones meteorológicas en la provincia debido al cambio climático, que está permitiendo el cultivo de nuevas variedades.

P. ¿Qué oportunidades identifica?

C.M.I. Tenemos territorio y somos expertos en producción agrícola, por lo que hay que dar un paso adelante. Debemos apostar por transformar el cereal en productos como galletas, porque eso puede conllevar la generación de miles de empleos como ocurre en otras zonas como Palencia, donde empresas como Cerealto Siro Foods, con 4.800 empleados; o Galletas Gullón, con más de 1.400, han sabido extraer del campo la materia prima, en colaboración con la industria, para de esa forma desarrollar y fabricar productos derivados del cereal. Hay más ejemplos. También está el caso del grupo Martinavarro (hoy Citri&Co, tras aliarse con



“Todo lo que sean sellos de calidad son muy importantes como motor de desarrollo para estas industrias. El nivel de diferenciación que tengamos como provincia determinará el grado de éxito que podemos tener a la hora de competir en el mercado con los demás.”

RioTinto, Perales y Ferrer y Miura Private Equity), que está especializado en la producción y comercialización de cítricos, tanto convencionales como ecológicos, empleando a un total de 7.500 empleos.

En ganadería ocurre igual. Conocemos el sector y estamos en cifras que pueden permitir en el futuro la construcción de un gran matadero moderno, que sea competitivo para, principalmente, exportar. Este proyecto se podría llevar a cabo si logramos tener músculo de producción. A partir de ahí, diferentes operadores como Copiso, Caja Rural de Soria, industrias locales o incluso empresarios de fuera deberían colaborar y aunar esfuerzos para llevar a cabo un proyecto así. Sería una buena forma de generar valor y crear empleo. Un ejemplo de éxito lo representa a Cooperativa de Guissona, actualmente bonÁrea Agrupa. Esta agrupación de empresas de Lérida desarrolla todas las actividades ganaderas, industriales y comerciales, logrando llegar al consumidor final sin intermediarios, dando empleo a 3.800 trabajadores.

Además, el regadío también es otro gran motor de desarrollo. Los más de 50 M€ de inversión que se han ejecutado en la zona de Almazán no son para tener más

producción de cereal al año, sino para tener cultivos alternativos en hortalizas, legumbres, verduras, etc., que llevados a su grado máximo de quinta generación puedan completar su transformación para su posterior comercialización. Eso es clave. Además, en Soria también tenemos el regadío de Buitrago, Olmillos, Canal de Inés, Canal de Eza, etc.

Sabemos producir en ganadería, agricultura y, también, en otros cultivos. Y ahora el reto es aprovechar el territorio y la bonanza del clima para impulsar la transformación in situ de la materia prima y llevar a cabo una buena comercialización. Tenemos ejemplos en otras provincias como en Segovia, donde Huercasa exporta el 80% de su producción, con productos como la endibia, el maíz dulce y la remolacha roja. Hay una fuente importantísima para explotar unos regadíos que hasta ahora no existían.

Al mismo tiempo, también tendríamos el reto y el gran problema de captar trabajadores para desarrollar todos esos proyectos, para lo cual sería necesario construir nuevas promociones de viviendas, con precios competitivos, que permitieran a nuevas familias asentarse en Soria.

“En La Hoguera estamos trabajando en proyectos de producción controlada, para ofrecer una trazabilidad completa del producto ‘desde el campo hasta la mesa’. Queremos que los clientes conozcan la procedencia del mismo, que sepan que La Hoguera controla todas las fases y procesos de su producción.”

“Aunque tiene un desarrollo lento, la producción ecológica representa una oportunidad importante para el sector y debería contar con la participación de varios operadores de la cadena para que se impulsen acciones conjuntas”

P. El mercado es especialmente competitivo.

C.M.I. El sector se enfrenta a una enorme competitividad y, en este contexto, Soria tiene que poner en valor que es un territorio donde se pueden desarrollar proyectos medioambientales, ecológicos, vinculados a la naturaleza, al bienestar animal, etc. La provincia tiene una marca propicia para vender todos estos valores. Además, debe ser permeable a la posible entrada de operadores externos que decidan fijarse en la provincia para desarrollar nuevos proyectos, como ya han hecho empresas como Nufri, Altos de Yara, Florette, Casa Ametller, etc.

P. La implementación de las nuevas tecnologías y la apuesta por la innovación también son cuestiones clave.

C.M.I. Sí, hay que aprovechar los avances que están disponibles en el mercado y ser atrevidos, innovadores, a la hora de probar cosas nuevas. Es importante tener en cuenta esto para no quedarnos atrás en la era digital. La provincia como tal puede ser receptora de grandes proyectos que se puedan desarrollar en este sector.

P. Soria dispone de productos de reconocido prestigio como el torrezno, la mantequilla o el vino. ¿Qué se puede hacer para mejorar su potencial?

C.M.I. La diferenciación de un producto a todos los niveles es clave para situarse en el mercado. Eso está clarísimo. Por eso todo lo que sean sellos de calidad son muy importantes como motor de desarrollo para estas industrias. El nivel de diferenciación que tengamos como provincia determinará el grado de éxito que podemos tener a la hora de competir en el mercado con los demás. En el caso de la Denominación de Origen (DO) Mantequilla de Soria tenemos una enorme problemática con la falta de productores de leche. Hay que hacer algo para no perder la DO y mantener lo que ya tenemos, con el potencial que puede suponer la creación de la vaquería.

P. ¿Qué papel juegan las instituciones públicas en el desarrollo del sector?

C.M.I. Tanto las administraciones públicas como otras entidades como Caja Rural de Soria, como soporte económico, tienen que estar para prestar su apoyo, pero es la iniciativa privada la que tiene que tirar del carro. Las instituciones tienen que priorizar sobre todo los proyectos que tengan desarrollo y apostar también por el mundo rural, del que tanto se habla y tan poco se hace. Además, deben promover el emprendimiento en el sector, especialmente el ligado al medio rural.

P. Como empresario, ¿cuáles son las claves del éxito de La Hoguera?

C.M.I. Hemos creído y hemos tenido fe en la búsqueda del valor añadido de un producto, a través de la transformación de lo que habíamos empezado a producir en agricultura y

ganadería. Y lo hemos podido hacer desde nuestro reconocido aislamiento, buscando la diferenciación de nuestros productos, con razas tan singulares como Duroc, que han sido determinantes para nosotros. Siempre con mucha humildad, determinación y cariño a la tierra, a San Pedro Manrique (Soria), el único pueblo que ha mejorado su población en los últimos 20 años (sin tener en cuenta el alfoz de Soria). Además, me gustaría destacar el cambio generacional que se está produciendo en la empresa, con un nuevo equipo directivo que cree en los mismos valores.

P. ¿Cuáles son las principales innovaciones que han llevado a cabo?

C.M.I. Tenemos dos líneas de innovación. La primera son los productos 100% natural (Clean Label), sin aditivos ni alérgenos. Esta línea se centra ahora en varios productos concretos, pero en el futuro queremos que se amplíe a más, porque la idea de La Hoguera es mantener la apuesta por la calidad y la excelencia, pero haciendo que nuestros productos sean cada vez más saludables. La otra línea consiste en que estamos desarrollando mejoras nutricionales, para reducir la sal, las grasas, etc.

También estamos desarrollando nuevos productos como el chorizo ‘Maldito’, que está dentro de la línea 100% natural y ha recibido varios premios por su calidad; o el Torrezno de Soria, en colaboración con la asociación de fabricantes de esta marca de garantía. Además, estamos trabajando en proyectos de producción controlada, para ofrecer una trazabilidad completa del producto ‘desde el campo hasta la mesa’. Queremos que los clientes conozcan la procedencia del mismo, que sepan que La Hoguera controla todas las fases y procesos de su producción.

Por otro lado, estamos apostando por el comercio electrónico. Estamos presentes en Amazon, lo que nos permite vender en cualquier punto de Europa, y también tenemos una web a través de la cual comercializamos nuestros productos en toda España.

P. La demanda de productos ecológicos va a más. De hecho, La Hoguera tiene una línea de embutido ecológico. En general, ¿cree que es una oportunidad para el sector?

C.M.I. Aunque tiene un desarrollo lento, la producción ecológica representa una oportunidad importante para el sector y debería contar con la participación de varios operadores de la cadena para que se impulsen acciones conjuntas. Las zonas con cultivos menores para cereal se podrían destinar a producción ecológica. Una vez que tuviéramos explotaciones dedicadas a ello y una suficiente producción, se podría avanzar en su transformación. En nuestro caso, La Hoguera lleva dos años apostando por la producción ecológica, en un proyecto que va más allá y abarca desde el cultivo de las tierras hasta la producción del pienso, los cerdos y la propia elaboración en fábrica. Es un proyecto que todavía tiene que madurar, pero del que estamos obteniendo nuestros primeros frutos.

