

FLAB
ALIMENTAMOS
EL FUTURO

2020



**Por un mercado
interior fuerte**

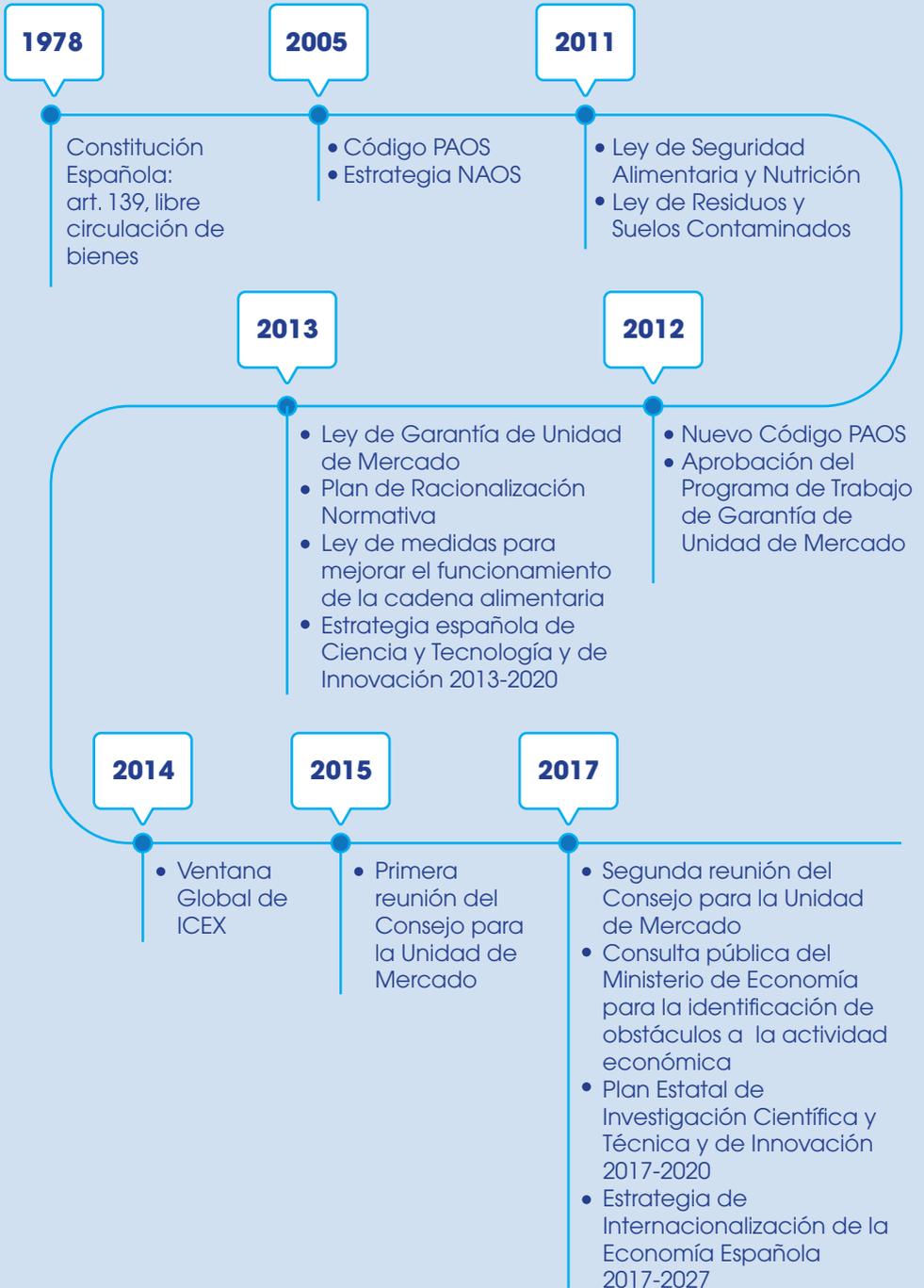


Tomás Pascual Gómez-Cuétara **Presidente FIAB**

En la Unión Europea acabamos de celebrar el 25 aniversario del mercado único, cuando en 1993 se crearon las cuatro libertades de circulación: mercancías, servicios, personas y capitales. Este aniversario es un buen momento para recordar los logros y celebrar todos los beneficios del mercado único, el éxito que ha supuesto para nuestras empresas y nuestra economía. La industria española de alimentación y bebidas, el primer sector manufacturero del país, ha ganado competitividad gracias al mercado interior europeo. En España, contar con un entorno que favorezca la expansión empresarial, la inversión, la innovación, la productividad y minimice los obstáculos y las distorsiones, potenciará aún más el crecimiento de nuestra industria alimentaria, compuesta en más del 95% por pymes. Por todo ello, trabajar por un mercado interior más fuerte, ayudará a construir empresas más sólidas que reverterán en beneficio de todos.

A handwritten signature in dark ink, consisting of several overlapping loops and a horizontal line at the end, positioned in the lower right area of the page.

Logros de la política del mercado único nacional para la industria de alimentación y bebidas



El impacto del mercado único nacional en la industria de alimentación y bebidas (2018)

1

La industria española produce alimentos y bebidas por valor de más de

116.000 M€.

2

El **74%**

de la producción española de la industria de alimentación y bebidas se destina a consumo en el mercado español.

3

En el mercado nacional se consumen alimentos y bebidas españoles por valor de más de

86.000 M€.

4

El **3%**

del PIB nacional es generado por la industria de alimentación y bebidas.

5

La IAB está formada por más de 31.000 empresas que están presentes en **todas las Comunidades Autónomas** y en las dos Ciudades Autónomas.

Beneficios del mercado único

El mercado interior es una oportunidad para satisfacer la demanda de los consumidores...

- ✓ Existe mayor **disponibilidad** de alimentos y bebidas en todo el territorio a precios asequibles.
- ✓ Los consumidores acceden a mayor **variedad y diversidad** de productos de alimentación y bebidas que pueden disfrutar a diario.
- ✓ Los fabricantes de alimentos y bebidas están sujetos a una competencia sana y ofrecen productos de **alta calidad** en beneficio de los consumidores.
- ✓ España tiene uno de los mejores estándares de **seguridad alimentaria** del mundo gracias a un marco regulatorio sólido y a la constante dedicación de las empresas españolas de alimentación y bebidas.

... y al mismo tiempo hacer crecer las empresas y garantizar el empleo.

- ✓ Las empresas del sector también se benefician de la **digitalización** de la Administración, ya que la realización electrónica de los trámites permite disminuir la burocracia y centrar sus recursos en su actividad económica.
- ✓ Los procedimientos de **audiencia e información pública** permiten a los operadores y a sus organizaciones representativas participar en la elaboración de proyectos normativos y pronunciarse sobre el impacto de la normativa en la unidad de mercado.
- ✓ La aplicación de los **principios** de proporcionalidad, necesidad, simplificación de cargas y no discriminación en las actuaciones administrativas permite evitar que se creen nuevas barreras.
- ✓ Las empresas operan en un **marco regulatorio estable**, que es un factor fundamental para las inversiones.
- ✓ Esto conlleva que las industrias de alimentación y bebidas, especialmente las pymes, reciben mayor **protección de los derechos** (indicaciones geográficas, marcas, etc.).
- ✓ Todo ello crea un entorno favorable para una **competencia sana** que mejora la eficiencia y la calidad de los productos de alimentación y bebidas en toda España, permitiendo aprovechar las economías de escala.

Sin embargo, todavía cabe desarrollar el potencial de un mercado interior fuerte:

¿Cuáles son los principales desafíos pendientes?

El sector de alimentación y bebidas está muy regulado y frecuentemente se presenta como un ejemplo de grandes logros, pero se enfrenta en la práctica a una serie de obstáculos que dificultan cada vez más que las empresas puedan beneficiarse plenamente de todo el potencial que ofrece el mercado único.

- ❗ **Disparidad de criterios** interpretativos y de aplicación entre territorios, en materias de derecho alimentario, medio ambiente, comercio exterior, condiciones de comercialización, fiscalidad, etc.
- ❗ Proliferación de **iniciativas territoriales divergentes**: planes de acción, estrategias, etc. en medioambiente y fiscalidad que obligan a las empresas a cumplir con una gran pluralidad de objetivos.
- ❗ Escasa **cooperación e intercambio de información entre Administraciones** en la elaboración de proyectos normativos para analizar ex ante la coherencia de éstos con la unidad de mercado, anticiparse y prevenir la creación de barreras.
- ❗ Falta de continuidad del **Plan de Racionalización Normativa** que permite identificar y evaluar si las diferentes normativas entran en conflicto con leyes horizontales, entre sí o con el objetivo de unidad de mercado.
- ❗ Falta de continuidad del **Plan Anual Normativo**, que ayuda a la planificación normativa y permite dar a conocer a todos los agentes cuáles son las normas previstas para cada año.
- ❗ Ausencia de seguimiento del **inventario de obstáculos** para valorar la respuesta que se da a las trabas identificadas que desincentivan la actividad económica.
- ❗ El **Consejo para la Unidad de Mercado** se ha reunido dos veces desde 2013, y debe, por Ley, reunirse al menos con carácter semestral, lo que dificulta el seguimiento y la mejora de la efectividad de la Ley de Garantía de Unidad de Mercado.

Todo esto puede causar:

- ❗ **Costes y cargas adicionales**, en términos de pérdida de recursos materiales y humanos, que provocan pérdidas de productividad.
- ❗ **Ineficiencias** en el funcionamiento de las empresas y falta de dinamismo.
- ❗ **Incertidumbre** para operadores y consumidores.



¿Cómo garantizar un mercado único eficaz para alimentos y bebidas? Cinco recomendaciones políticas

La industria de alimentación y bebidas es el mayor sector manufacturero de España y en ella confluyen diferentes perfiles de empresas, historias, estrategias, tamaños, productos, etc.; y todas ellas abogan por un mercado único real que las permita ganar competitividad.

Con este fin, la industria española de alimentación y bebidas insta a:

- 1** Compromiso político de alto nivel con el mercado único, lo que implica una visión a largo plazo con planes de acción periódicos en los próximos años.
- 2** Priorización de los asuntos relacionados con el mercado único, para construir un sector alimentario fuerte y capaz de competir en los mercados globales.
- 3** Coordinación y cooperación para evitar divergencias en criterios interpretativos por parte de las diferentes Administraciones.
- 4** Velar porque la aprobación de la normativa se realice respetando las alternativas regulatorias más eficaces (buenas) y más eficientes (menor coste) para sus destinatarios.
- 5** Ejecución rápida de las iniciativas del mercado único que ya están en marcha: aplicación efectiva de la Ley de Garantía de Unidad de Mercado, pleno funcionamiento del Consejo para la Unidad de Mercado, etc.



FIAB

ALIMENTAMOS
EL FUTURO

2020

C/Velázquez 64 – 3º 28001, Madrid,

(+34) 91 411 72 11

fiab@fiab.es

Síguenos en



www.fiab.es

[@esFIAB](https://www.instagram.com/esFIAB)