



EL TURISMO COMO SOCIO TRASCENDENTE DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

Charla del Sr. Simón Suarez, presidente de ASONAHORES
en la Feria Internacional de Alimentos, Tabaco y Bebida
AGROALIMENTARIA 2015

Me complace acudir al escenario que nos ofrece la feria Agroalimentaria 2015 en mi condición de representante del sector turismo - uno de los socios locales más importantes de la agropecuaria y la agroindustria - y poder compartir mis reflexiones y experiencias con los empresarios y profesionales del sector de alimentos, tabacos y bebidas presentes en este encuentro.

Comentaré para ustedes aspectos interesantes de las diferentes vertientes en que se articula la relación del turismo con la actividad agropecuaria, no sin antes destacar el notable cambio positivo que se ha registrado en los últimos años en la percepción de los productores agropecuarios y agroindustriales acerca de la oportunidad que le ofrece el desarrollo del turismo a sus negocios.

Nuestros vínculos con la agropecuaria se dan:

PRIMERO, porque somos grandes consumidores de alimentos, bebidas y productos derivados del tabaco.

SEGUNDO, porque la expansión de las conexiones aéreas con Norteamérica, Suramérica y Europa por la demanda de transporte para el turismo, abre nuevos mercados y oportunidades para los productos dominicanos;



TERCERO, porque nuestros visitantes se tornan promotores de nuestros productos en el exterior; por ejemplo, la entrada de productos selectos dominicanos como nuestro café y cacao orgánico en los mercados extranjeros se ha hecho mucho más fácil por el reconocimiento que ha logrado el turismo para nuestras marcas y para la República Dominicana, y

CUARTO, porque en la medida en que nuestra gastronomía se hace más sofisticada y aceptada internacionalmente, se amplía la base del mercado de visitantes que consumen productos locales ofrecidos en restaurantes de alto standing.

Debo hacer notar, que el turismo logra que los productores y exportadores en vez de pagar los costos de transporte y cumplir las engorrosas normas y procesos de comercio para llevar nuestra producción a los consumidores en todo el mundo, sean los consumidores quienes vengan a nuestro territorio, donde todo es más fácil.

Además, los aviones que los transportan, cuando regresan, llevan nuestros productos a mercados que hace algunos años ni soñábamos con la posibilidad de llegar con frutas y vegetales dominicanos. En el período 2000 – 2014 más de 48 millones de extranjeros han visitado el país, más del 40 por ciento de ellos con 35 años o menos al momento de llegar al país. Esta marea humana ha consumido millones de toneladas de alimentos de origen local y al mismo tiempo han creado un atractivo mercado para productos locales. El ron y el tabaco son dos buenos ejemplos de este fenómeno mercadológico provocado por el turismo.



El valor de los productos del agro de origen nacional consumido sólo en hoteles, estimado a partir de encuestas, creció en los últimos cinco años un 25% al pasar de 16,900 millones de pesos en el 2010 a 22,100 millones de pesos en el 2014. El estimado de la demanda de los hoteles para el 2015 es de 22,400 millones de pesos; un crecimiento de un 6%.

El consumo hotelero estimado de frutas para el año en curso es de 87.7 millones de libras, 45.5 millones de libras víveres, 25.3 millones de libras de pescados y mariscos, 61.7 millones de libras de vegetales, 61.1 millones de libras de carnes, 67.2 millones de litros y libras de lácteos, 59.6 millones de libras de abarrotes, 19.8 millones de libras de embutidos y un millón de libras de especias. También se espera una demanda de 128 millones unidades de huevos.

En bebidas alcohólicas el consumo estimado será de 41 millones de litros. Igualmente se consumirán 296 mil cajetillas de cigarrillos y 120 mil puros.

El consumo de bebidas se estima en más de 7 mil millones de pesos, el de productos de tabaco en 178 millones de pesos, el de alimentos del agro o agroindustriales en más de 14.5 mil millones y el de huevos en 515 millones, incluyendo los de codorniz.

Un aspecto estadístico interesante es que para el año 2013, último para el cual obtuvimos estadísticas de producción, el Ministerio de Agricultura reportó que el valor de la producción agropecuaria total del país sumo 30 mil millones de pesos. El estimado del consumo agropecuario hotelero fue de 13



mil millones, lo que nos dice que el consumo hotelero puede representar más del 43% de la producción registrada por ese Ministerio.

Igualmente es significativo que en el 2013 se exportaron frutas por valor de 65 millones de pesos, mientras que el consumo hotelero representó 1,216 millones de pesos; y las exportaciones de vegetales sumaron 2,154 millones de pesos y el consumo hotelero 1,055 millones de pesos.

No cabe dudas de que el consumo hotelero es un formidable cliente para nuestros productores agropecuarios y para la industria agroalimentaria, la de bebidas y la de tabaco. Y existen renglones que actualmente se suplen con importaciones, y aun cuando se trata de renglones de menor demanda, no por ello dejan de ser interesantes, para atendidos por productores locales en el futuro.

Sí es necesario llamar la atención sobre la importancia de la calidad de los productos y la continuidad en los suministros. Vamos avanzando en el mejoramiento de los canales de distribución, pero podemos mejorar en este sentido. Actualmente está aumentando la cantidad de habitaciones hoteleras orientadas a mercados de mayor poder adquisitivo, que es también un visitante más exigente con lo que se le sirve en la mesa. Esforzarnos cada día más en el mejoramiento de la calidad del producto y de su presentación nos permitirá dar una respuesta adecuada a las exigencias de este nuevo consumidor.

Otra dimensión de la relación de la industria turística con la actividad agropecuaria y agroindustrial que quiero abordar es la que se refiere a los



mercados que están a su disposición en América y Europa por las magníficas conexiones aéreas que crea el turismo.

Me permito citar como ejemplo las exportaciones de frutas y vegetales y otros productos locales hechas el año pasado por los aeropuertos de La Romana y Punta Cana. Por La Romana salieron 3 millones de libras de frutas y vegetales, y por Punta Cana 35 millones. Este servicio de carga aérea es un subproducto del dinámico crecimiento del turismo, por cuanto las bodegas de los aviones que sirven principalmente al viajero de placer generalmente están subutilizadas.

Otra manera de medir la importancia de la industria turística como cliente del sector agropecuario y agroindustrial, es comparar el consumo hotelero con el valor de las exportaciones de productos tradicionales que son el azúcar, café, cacao y tabaco. En el año 2014 estas exportaciones sumaron más de 10,600 millones de pesos, mientras que el consumo hotelero se estimó en más de 22,400 millones de pesos, el doble de nuestras exportaciones tradicionales.

El sector turismo ve con optimismo el futuro de la industria y esto es una muy buena noticia para nuestros socios de la industria agroalimentaria, porque eso quiere decir que el consumo seguirá creciendo en los próximos años.

Nuestro optimismo lo respaldan los cinco años de crecimiento que hemos tenido a partir del 2011. En los años 2010 a 2014 la llegada de visitantes extranjeros por vía aérea creció un 30.7% como resultado de un crecimiento absoluto de poco más de un millón de visitas en el período. El incremento



promedio anual fue del 6.1%. Un registro exitoso logrado a pesar de la tormentosa situación económica que afectó a Europa y Estados Unidos, que son nuestros principales mercados.

Esta tendencia de un excelente comportamiento se ha mantenido en el último invierno del hemisferio Norte y se refleja en los buenos resultados del primer trimestre del 2015 en que la llegada de visitantes extranjeros por vía aérea creció un 5.4%, como vaticinio de que tendremos nuestro sexto año corrido de resultados positivos.

Como una muestra del entusiasmo del sector turismo, les comento que hemos puesto en servicio 998 habitaciones en 9 hoteles inaugurados el año pasado y actualmente tenemos otras 2,070 habitaciones en construcción. Además, tenemos 2,714 habitaciones renovadas o en proceso de renovación, y pronto se anunciarán proyectos que sumarán otras 2000 habitaciones en el 2016 y 2017.

Al final me permito citar la información divulgada esta semana sobre una reunión con autoridades y productores de lácteos en la cual la cónsul de Rusia y presidenta de la Cámara Rusa de Comercio, doña Virginia Velásquez, presentó un proyecto de la empresa rusa Panorama, interesada en adquirir todo el queso de calidad que República Dominicana pueda venderle.

La señora Velásquez explicó que la exportación se haría aprovechando los vuelos que llegan desde Rusia al aeropuerto de Punta Cana. Según ella en el mercado ruso existe una gran oportunidad para la producción dominicana, estimulada por los miles de turistas rusos que visitan el nuestro país y se han



convertido en los principales promotores de la marca país República Dominicana.

Despido esta intervención invitando a la Junta Agroempresarial Dominicana a que reanudem y profundicemos las encuestas anuales sobre la demanda hotelera de productos agropecuarios y agroindustriales. Debemos sumar a esta útil investigación, a otras entidades del sector público, para disponer de suficientes recursos para perfeccionar esta investigación y disponer así de un mayor cúmulo de conocimientos para aumentar la capacidad de nuestros productores para desarrollar sus vínculos con la industria turística.

Quedo a sus órdenes para responder preguntas o comentar observaciones que Ustedes puedan tener sobre el apasionante tema de los enlaces de la agropecuaria y el turismo.

Gracias, 7 de mayo del 2015-