vinetur

ANAFRIC pide a la UE mantener el presupuesto de promoción agroalimentaria ante el recorte planteado

La patronal teme que la rebaja deje fuera a parte del sector de las campañas europeas

miércoles 7 de octubre de 2026



ANAFRIC, la asociación empresarial cárnica, ha pedido este miércoles, 7 de octubre, que la Unión Europea mantenga un presupuesto sólido para la política de promoción agroalimentaria ante el recorte de financiación que, afirma la organización, figura en el proyecto presupuestario de la Comisión Europea para 2027.

La patronal ha trasladado esta petición a la representación permanente de España ante la UE, con la intención de que el Gobierno defienda en el Consejo la continuidad de una política que ANAFRIC considera estratégica para la competitividad del sector y para su presencia en mercados dentro y fuera de la Unión.

La organización sostiene que una reducción de los fondos destinados a promoción tendría efectos directos sobre las estrategias de comercialización de los productos agroalimentarios europeos. A su juicio, ese ajuste llegaría en un momento de mayor presión en los mercados internacionales y de exigencias más altas en sostenibilidad, dos factores que, en su opinión, obligan a mantener instrumentos públicos de apoyo a la promoción.

Uno de los argumentos de ANAFRIC es la elevada demanda que registran estos programas europeos. La asociación interpreta ese nivel de solicitudes como una señal del interés que despiertan entre productores y empresas del sector. Desde su punto de vista, si la dotación baja, la tensión sobre los fondos disponibles será todavía mayor y limitará el acceso de parte de los beneficiarios a las campañas de promoción.

La patronal pone el foco en los programas MULTI, cuya financiación, señala, podría verse afectada por el ajuste planteado para 2027. ANAFRIC avisa de que un recorte en esa línea perjudicaría de forma especial a los países y operadores que dependen de este instrumento para desarrollar sus campañas. También advierte de que esa reducción trasladaría más presión a los programas SIMPLE, que ya soportan una demanda alta.

La asociación reclama por ello una política de promoción “inclusiva”, con un nivel de financiación acorde al papel que la propia UE atribuye al sector agroalimentario. En su planteamiento, el apoyo comunitario debe repartirse de forma equilibrada y proporcional entre los distintos sectores que forman la cadena agroalimentaria, sin concentrar los recursos en una parte concreta de esa actividad económica.

La petición de ANAFRIC se produce antes de la discusión de esta cuestión en el ámbito del Consejo, donde los Estados miembros abordan las líneas presupuestarias propuestas por la Comisión. En ese proceso, el margen financiero destinado a promoción es una de las partidas observadas por los sectores exportadores, al

considerar que estas ayudas facilitan la apertura y consolidación de mercados y refuerzan la visibilidad de los productos europeos.

Dentro de la política agroalimentaria comunitaria, los programas de promoción financian campañas de información y de apertura comercial tanto en el mercado interior como en terceros países. Para muchas organizaciones sectoriales, estas convocatorias son una herramienta útil para apoyar ventas, dar a conocer estándares de producción de la UE y respaldar la posición de las empresas europeas frente a operadores de otros orígenes.

ANAFRIC agrupa a empresas vinculadas a distintas fases de la actividad ganadero-cárnica, desde la cría y el engorde hasta el sacrificio, el despiece, la transformación, el almacenamiento, la importación y la exportación. La asociación afirma que sus empresas asociadas representan el 72% de la comercialización de canales de ovino y caprino en España, el 58% del vacuno y el 32% del porcino. La entidad está presidida por José Fríguls.