



MODERNIDAD Y TRADICIÓN EN EL COMPLEJO ALIMENTARIO

Cándido Muñoz Ciudad
Universidad Complutense de Madrid

Resumen

Por su antigüedad y por su implantación generalizada en todos los países, el complejo alimentario suele catalogarse entre los llamados sectores tradicionales. Este artículo, sin embargo, pone de relieve la gran capacidad de adaptación del complejo alimentario, en sus tres vertientes agricultura, industria alimentaria y distribución, a las nuevas tecnologías, a las nuevas y más sofisticadas demandas de los consumidores, así como a la fuerte competencia interior y exterior. Son actividades importantes desde el punto de vista del número de empresas, la creación de empleos y su distribución a lo largo del territorio.

Abstract

Due to its age and its widespread implementation in all countries, the food sector tends to be catalogued among the sectors considered traditional. However, this article reveals the great adaptation capacity of the food sector—in its three areas of agriculture, the food industry and distribution—to new technologies, to new and more sophisticated consumer demands, as well as to steep domestic and foreign competition. They are important businesses from the viewpoint of the number of companies, job creation and their distribution throughout the region.

Uno de los hechos más relevantes de las economías modernas es la fuerte interpenetración de los sectores productivos, lo que se puede mostrar a través de las tablas de entradas y salidas (tablas *input-output*), por el importante volumen de bienes y servicios que unas ramas productivas utilizan de otras, así como los productos que cada rama destina a otras y no directamente a los demandante finales. Es una característica de las economías más desarrolladas que se produce en todos los sectores económicos.

En este sentido el complejo alimentario (producción agrícola, industria transformadora y distribución comercial) no es una excepción. La agricultura moderna, tanto en su vertiente agrícola como ganadera, es muy dependiente de insumos de otras actividades (fertilizantes, fitosanitarios, contratación de maquinaria, así como servicios veterinarios, informáticos, financieros y de transporte) y lo mismo ocurre en la industria transformadora y en la distribución.

1. La transformación de la agricultura

La agricultura ha sido considerada tradicionalmente como un sector retardatario frente a los otros dos macrosectores (industria y servicios). Sin embargo, es un sector que absorbe tecnología y viene mostrando una gran capacidad de adaptación a las nuevas demandas de los consumidores y a la competencia internacional, incrementando su productividad de forma que es capaz de alimentar a una población creciente, con una mayor demanda y selección de alimentos y, todo ello, utilizando menos tierras.

Por ello, en España se pudo pasar, en gran medida y en poco tiempo, de una economía agraria familiar, con muchas unidades familiares de subsistencia, a un complejo alimentario o cadena alimentaria de alta especialización y orientado a mercados cada vez más exigentes. Como nota característica, sin embargo, la agricultura siempre ha gozado de ciertos niveles de protección que, a la vez que han garantizado un nivel de renta mínimo para los agricultores, han podido representar un obstáculo para la innovación, el cambio de cosechas y el desarrollo del espíritu empresarial. Se ha podido decir, por ello, que un agricultor protegido tiende a producir para los organismos de intervención en lugar de hacerlo para el mercado.

La agricultura española es un buen ejemplo de adaptación a las nuevas demandas y a su ventaja comparativa dentro de la Unión Europea (UE). En la Tabla 1 puede observarse cómo desde el ingreso en las entonces Comunidades Europeas las orientaciones agrarias han experimentado importantes transformaciones. En la actualidad las orientaciones más importantes son granívoros (explotaciones porcinas y avícolas), con el 25 % de la producción, que, a pesar de no disfrutar de protección en el marco de la UE se han adaptado bien a las nuevas demandas para este tipo de productos. Del mismo modo, es importante la contribución de frutas y hortalizas, siempre de gran peso en la producción agraria española, así como agricultura en general (cereales, plantas industriales y oleaginosas). Las orientaciones mixtas son las explotaciones agrarias sin especializaciones definidas, cuyo número se reduce fuertemente, lo indica que, cada vez más, existe una agricultura más especializada y orientada al mercado.

Como especialización de la agricultura española cabe señalar que su participación en la producción agraria de la Unión Europea ha incidido en un mejor aprovechamiento de su ventaja comparativa por clima, suelo y otros factores que privilegiaban ciertos tipos de agricultura (Tabla 2).

Así, en el olivar la cuota de producción española representa la mitad de la UE, una cuota en fuerte crecimiento por las ayudas recibidas por los olivareros. Del mismo modo, frutas (que incluye los cítricos) y hortalizas tienen participaciones del 23 y del 15 %, respectivamente, participaciones que vienen incrementándose a lo largo del tiempo. Ovinos y granívoros también han incrementado su participación. Es muy baja la participación en bovinos, donde otros países tienen ventajas superiores.

Tabla 1. Participación en la producción agraria por orientaciones productivas. En porcentaje

	1987	2009
Agricultura general	27,0	13,9
Horticultura	7,3	12,6
Viticultura	1,6	3,3
Frutales	12,1	11,1
Olivar	2,7	6,6
Bovino	11,1	13,4
Ovino y caprino	5,9	5,5
Granívoros	6,6	25,6
Orientaciones mixtas	25,8	8,0
Total	100	100

Fuente: Censos agrarios.

Tabla 2. Especialización de la agricultura española

Porcentaje de participación en la producción agraria de la UE	
Agricultura general	6,9
Horticultura	14,9
Viticultura	9,1
Frutales	23,5
Olivar	51,8
Bovino	5,8
Ovino y caprino	12,8
Granívoros	14,4
Orientaciones mixtas	7,8

Fuente: Eurostat.

Una agricultura más productiva

La productividad se mide habitualmente por la producción por trabajador (Y/L), lo que se puede lograr por aumento del producto (Y) o por reducción del número de trabajadores (L) y, además, si aumentan las hectáreas (A) puestas a disposición de cada trabajador. De esta forma la productividad del trabajo puede desglosarse en dos componentes: rendimiento por hectárea (Y/A) y hectáreas por trabajador (A/L). De este modo:

$$Y/L = Y/A \times A/L$$

Lo que, en expresión logarítmica, quedaría:

$$\text{Log } (Y/L) = \text{Log } (Y/A) + \log (A/L)$$

En la agricultura española vienen incrementándose tanto la producción por hectárea como la superficie a disposición del trabajador. El factor tierra se hace más productivo mediante la utilización de *inputs* mecánicos y químico-biológicos, selección de semillas y fertilizantes, nuevos piensos, por la mecanización de tareas, así como por el regadío y mejor aprovechamiento del agua. Del mismo modo, aumentan las hectáreas a disposición del trabajador (A/L), incrementando la dimensión de las explotaciones y los predios agrícolas. Ello ha sido posible por la mecanización, bien con capitales propios o alquilando servicios de maquinaria para algunas tareas. Esta mecanización también ha sido impulsada por el encarecimiento relativo de la mano de obra, así como por el menor precio relativo de los productos agrarios, por lo que se requerían más hectáreas para incrementar la producción y, con ello, la renta del agricultor.

El sector agrario, en el sistema productivo español, como en otros países desarrollados, pierde peso relativo al crecer más otras demandas cuando aumenta la renta, lo que habitualmente se denomina baja elasticidad con respecto a la renta de la demanda de productos agrarios en general, lo que, evidentemente, no ocurre con todos los productos. De ello es muestra que los alimentos en el índice de precios de consumo español pierden peso, desde el 33 % en el IPC-base 1983 al IPC-base 2012 que ponderaban con el 18,3 %.

La consideración conjunta de los alimentos o grupos de alimentos oscurece el hecho de que distintos alimentos tienen diferente elasticidad de la demanda con respecto a la renta de los consumidores. Por ello, hay que anotar que el incremento de la renta tiene más influencia en la composición de la demanda que en el incremento de las cantidades. La razón es que hay productos alimenticios de diferente elasticidad de la demanda con respecto a la renta, es decir, sensibilidad diferente de la demanda cuando aumenta la renta.

El valor añadido agrario pasó de representar el 6,3 % del valor añadido español, en el año 1985, al 2,7 en la actualidad y lo mismo ocurrió con el empleo que, desde el 16 % bajó al 4,1 en el mismo periodo.

Un complejo muy exportador

No obstante, el peso del sector agrario y de la industria alimentaria, en general, es muy importante, contribuyendo a la exportación en mucha mayor medida que por su peso en el PIB, ya que representa el 17,8 % del comercio exterior de bienes y con tasas de cobertura por encima de 100. La apertura al exterior del complejo alimentario es creciente. La integración en la UE posibilitó un mayor incremento de las exportaciones a este mercado, con el que se

produce una tasa de cobertura del 150 %, superior a la que se produce con otros mercados. La especialización española ha posibilitado que se compita eficientemente en algunos productos como hortalizas (en fresco y preparadas), frutos, bebidas, aceites y, cada vez más, en carnes. Sin embargo se producía déficit comercial en tabaco, madera, cereales, semillas oleaginosas y productos lácteos.

Sobre este comercio competitivo se abren algunos interrogantes, por un lado, por la mayor apertura comercial para productos agrarios en el mundo y, por otro, por los acuerdos que la UE privilegia con los países del entorno mediterráneo, países que compiten con algunos productos de la especialización española, como los productos hortofrutícolas, que utilizan más mano de obra que otros cultivos y en estos países ribereños del Mediterráneo la mano de obra es más barata que en España.

Las revoluciones tecnológicas en la agricultura

La agricultura es un buen ejemplo de la teoría del crecimiento más aceptada. Robert Solow, en el año 1957, explicaba que sin un cambio técnico externo la producción tendería a una situación de estado estacionario. Tal estado solo podría superarse con la invención y la innovación, que vendrían de fuera del sector. Por su parte, Theodor W. Schultz (1964), escribía, contra la opinión más extendida, que aunque la agricultura tradicional era pobre, sin embargo era eficiente, es decir, que producía con eficiente asignación de los recursos a su disposición, pero que con sus propios medios no podría lograr asignaciones más eficientes. El crecimiento y el progreso tendrían que venir de fuera del propio sector.

Y así fue. Primero se hicieron transformaciones mecánicas y, a partir de la Segunda Guerra Mundial, se produjo primero la Revolución Verde (*The Green Revolution*), con variedades híbridas de cereales que admitían mayor utilización de fertilizantes y, con ello, aumentar la producción por hectárea. Con posterioridad se ha producido la Revolución Genética (*The Gene Revolution*), es decir, la aplicación de ingeniería genética, que comenzó cuando, en 1974, Boyer y Cohen insertaron ADN ajeno en un organismo de otro receptor y, aunque la primera generación de *organismos genéticamente modificados* (OGM) no fue exitosa, en la década final del siglo ya se introdujeron productos genéticamente modificados en el mercado.

Existe cierta prevención sobre los OGM, en parte, por presuntas razones sanitarias, no probadas científicamente, así como por su impacto ambiental, pero la actitud de Estados Unidos y de Europa es diferente. Estados Unidos, México, Canadá, Paraguay o Argentina utilizan estos productos. Parte de la reticencia europea deriva también de que en Europa se produce menos algodón, soja y arroz, aparte de las pretendidas razones sanitarias y ambientales aludidas. Pero hay que tener en cuenta que la mayor productividad cuando se utilizan OGM implica menos costes para el productor, más producción y reducción de los precios mundiales. Un reto económico y presión adicional para quienes no los utilizan.

Nuevas formas de agricultura: la agricultura ecológica

La reciente preocupación por el medio ambiente ha propiciado la búsqueda de procesos productivos que se consideran más equilibrados y que respetan, en mayor medida, la conservación del suelo, la calidad y cantidad de agua, así como el mejor trato a los animales.

Por otro lado, muchos consumidores son, cada vez, más demandantes de productos que han sido tratados con medios más naturales, frente al uso más intensivo de plaguicidas y fertilizantes sintéticos, así como antibióticos y otros aditivos en la producción animal.

Todo ello ha dado origen a la agricultura ecológica y a la cadena de alimentación ecológica. Según datos de EUROSTAT, en la Unión Europea, en el año 2000, existían 5,6 millones de hectáreas dedicadas a la agricultura ecológica, cifra que, en la actualidad, supera los 10 millones, lo que supone un crecimiento anual de la superficie de cerca de 500.000 ha durante la pasada década. En proporción, este tipo de superficie representa el 5,4 % de la superficie agrícola utilizada en la UE. Según datos de EUROSTAT, la mayor superficie dedicada a este tipo de agricultura estaba en España, con cerca de 2 millones de hectáreas, seguido de Italia, Alemania y Francia, aunque los países en los que era mayor la proporción de superficie dedicada a la agricultura ecológica, con relación a la superficie total, eran Austria (19 %), Suecia (15,7 %), Estonia (14 %), República Checa (13 %) y Letonia (10 %).

Algunas cuestiones problemáticas en la agricultura ecológica son su eficacia, transparencia y confianza del consumidor. La eficacia hace referencia al rendimiento de los cultivos, siempre inferior a los de la agricultura tradicional. Por ello, la Asociación de la UE para la Innovación en Productividad y Sostenibilidad Agrícola (AEI-AGRI), que promueve la innovación coordinando acciones de agricultores, científicos, expertos, empresarios y otros agentes en proyectos de innovación, ha incluido prioritariamente a la agricultura ecológica con el fin de compartir información y muestras de resultados, así como para imitar las mejores prácticas con el fin de optimizar las cosechas para reducir el desfase productivo de la agricultura ecológica con respecto a la agricultura más habitual.

Los agricultores ecológicos tienen ante sí muchos retos de investigación, como el de encontrar fuentes de proteínas suficientes para la alimentación del ganado, lo que también está relacionado con las variedades de los cultivos herbáceos y los intercambios entre la agricultura y la ganadería.

La agricultura ecológica y la PAC

La agricultura, como primer escalón de la cadena alimentaria, ha recibido un trato proteccionista en todo el mundo, para garantizar, por un lado, la provisión de alimentos y, por otro, un nivel de renta adecuado para los agricultores, ya que su renta era tradicionalmente inferior a la de otras actividades, al haber incorporado la agricultura con retraso normas y procedimientos de producción y de gestión del tipo de los que impulsaron el crecimiento en otros sectores.

España, desde su ingreso en las Comunidades Europeas (CCEE) en el año 1986 ha disfrutado del tipo de protección existente en las Comunidades, que ya definió el Tratado de Roma en el artículo 39.

La Política Agrícola Común (PAC) fue la política más común e importante en términos presupuestarios de las Comunidades Europeas (hoy UE). Las medidas de apoyo a la producción por diversas políticas, como la regulación de los mercados, por precios de intervención o la regulación en frontera recibió muchas críticas por distorsionar la asignación de recursos, por incrementar los precios, por generar excedentes y por distorsionar los mercados internacionales. Dichas críticas y los acuerdos internacionales en el marco de la Organización Mundial de Comercio (OMC) han propiciado la revisión de la PAC, además de otros factores, como la conciencia medioambiental expresada en la Agenda 2000, que ha marcado los nuevos objetivos que la PAC ha de extender entre 2014 y 2020.

Las primeras reformas tendían a disociar los apoyos de las medidas que incentivasen la mayor producción. Por eso, se denominan *medidas disociadas* o desconectadas de la cantidad producida, como los pagos únicos por explotación que se implantaron en España en el año 2006. Por ello, desde el comienzo de siglo, las políticas tienden a orientarse al mercado en mayor medida, con apoyo a los productores sobre la base de ayudas directas y contando con cofinanciación nacional en muchos casos.

La Agenda 2000 dio origen también a la creación del *segundo pilar* de ayudas (el primero era el de las ayudas directas). El segundo pilar consistía en medidas de desarrollo rural que pretendía, entre otros objetivos, la mejora de las estructuras productivas de las explotaciones, la mejor comercialización de los productos, así como la mejor integración de la agricultura en el medio rural, mejorando los servicios del medio rural y la protección del medio ambiente. Se trata de promover una vida rural más activa, más allá de lo estrictamente agrario contribuyendo a un desarrollo rural más amplio. Es lo que se denominó multifuncionalidad de la agricultura.

Los objetivos de la PAC para 2014-2020

Esta conciencia medioambiental existente en los organismos de la UE se ha trasladado a los objetivos de la Política Agrícola Común (PAC) para el periodo 2014-2020, que ha sido caracterizada como política de *ecologización* de la PAC. La agricultura ecológica cuenta ahora con una medida específica en el 2º pilar y, desde el año 2015, en el marco del primer pilar, los agricultores ecológicos podrán solicitar la concesión automática de los pagos directos, sin tener que cumplir otras obligaciones, a diferencia de muchos agricultores tradicionales que deben cumplir unos requisitos ecológicos concretos.

Con respecto al segundo pilar, el Fondo Europeo Agrario de desarrollo rural (FEADER) prevé una nueva medida de agricultura ecológica para la cual, junto con las medidas agroambientales y los proyectos de inversión respetuosos del medio obliga a los programas de desarrollo rural de los diversos países a reservar como mínimo el 30 % de su presupuesto.

La agricultura ecológica ha de superar ciertos retos, aparte el de la eficiencia productiva, como son la transparencia y la confianza de los consumidores, lo que requiere la respetabilidad del sector, la garantía de las marcas y el cumplimiento estricto de ciertas normas y procedimientos productivos. Respecto al control del comportamiento de los productores, la mayoría de los países (hasta 19 países) han optado por organismos privados de control, cinco países han optado por organismos públicos y los cuatro restantes por organismos mixtos de control.

Todo ello supone un marco más abierto y competitivo para un sector que, desde los últimos años, ya viene notando un gran dinamismo, incrementando la productividad, incorporando nuevas técnicas (por los consumos intermedios, en gran medida) y abriéndose a nuevas demandas de la cadena alimentaria y de los consumidores, una demanda más rica y diversificada.

2. La industria transformadora: Una industria competitiva

Un lugar singular en el complejo alimentario compete a la industria transformadora por el número de empresas, por los empleos que se generan en la misma, por su importante y creciente contribución al valor añadido de toda la industria española y, lo que no es menos relevante, por el peso de las exportaciones alimentarias para el equilibrio de la balanza comercial española.

La industria alimentaria es un buen ejemplo de competencia pura. Existen muchas empresas, no hay barreras de entrada en el sector y existe fuerte competencia con los productos de la industria de otros países. Aunque hay grandes empresas, son pocas y compitiendo entre ellas, por lo que cada una tiene poca capacidad para imponer precios. La existencia de muchos compitiendo implica la necesidad de mejorar la productividad, lo que, a la vez, lleva a un mejor uso de los recursos y permite mejoras de precios con ventaja para el consumidor, tanto por la calidad de los productos obtenidos como por los precios más bajos.

Pero la industria no solo se dedica a movilizar recursos en función de la demanda, sino que también debe lograr un uso más eficiente de esos recursos. Ello se lleva a cabo por dos procedimientos, el primero utilizando técnicas diseñadas en otras industrias (adaptación de otras tecnologías) o bien creando nuevos procesos y nuevos métodos de operación (tecnología de la propia industria). Ello implica innovación, difusión, en una palabra, inversión en I + D.

Tabla 3. Número de empresas de alimentación y bebidas

2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
31.282	30.905	30.216	29.334	29.196	28.762	28.340

Fuente: *Informe FIAB*.

La industria transformadora está integrada en España por 28.343 empresas, que representan el 16 % de las empresas manufactureras españolas, el 80 % de las cuales son empresas sin asalariados o con menos de nueve trabajadores. Menos del 1 % de las empresas (el 0,84 % de las empresas) tienen más de 200 asalariados, es decir 240 empresas de las 28.343 tienen más de 200 asalariados. Hay, por tanto, un predominio de pequeñas empresas.

La producción de la industria alimentaria en el año 2014 fue de 93.238 millones de euros, generando un valor añadido de 27.582 millones, lo que equivale al 22,5 % del valor añadido de la industria manufacturera española. Cinco subsectores constituyen el 60 % de dicha producción (industrias cárnicas, bebidas, alimentación animal, aceite y lácteos).

La estabilidad de la industria alimentaria

El comportamiento del sector durante la reciente contracción económica ha sido más estable que el de la industria manufacturera española en su conjunto, tanto en términos de mantenimiento de las empresas, como de la producción y los empleos. Ello significa que la caída de la producción y de los empleos ha sido más moderada comparada con la de la industria en su conjunto. Por ello, la contribución de la industria alimentaria al valor añadido de la industria española ha aumentado en cuatro puntos desde el año 2008.

Otro aspecto a considerar es la productividad. Esta variable es clave para el mantenimiento competitivo de un sector, así como para el aumento del bienestar de la población. Cuando aumenta la productividad, es decir, la producción por empleado, se generan más bienes por cada persona implicada en el proceso productivo. Pues bien, la producción por empleado era inferior en la industria manufacturera, pero ha venido incrementándose durante la crisis con la peculiaridad que se señala a continuación.

Así como la productividad manufacturera española era baja en el periodo de auge económico (hasta el año 2008), en comparación con otros países del entorno, durante la contracción viene aumentando por la reducción del empleo, pero también en la industria alimentaria se están produciendo incrementos de productividad con una reducción menos intensa en el empleo.

Tabla 4. Cifras de negocio y empleo en la industria alimentaria en algunos países

	Cifra de negocio (millones de euros)	Empleos
Alemania	192.434	882.000
Francia	178.451	No consta
Italia	126.089	423.000
España	104.121	355.000
Reino Unido	91.376	412.000

Fuente: *Eurostat*.

En términos de empleo la industria alimentaria representa el 21,3 % del empleo manufacturero en España, aunque una nota peculiar es su mayor estabilidad a lo largo de los ciclos económicos. En el año 2014, con 479.770 ocupados ya se superaron los niveles de empleo del año 2008, año en el que la industria alimentaria ocupaba a 464.099 personas.

En efecto, entre el año 2000 y el 2014 la tasa de variación del empleo, en la economía española en su conjunto ha sido decreciente (-17,7 % en el periodo); la reducción en la industria ha sido mayor (-31,3 %) y en la industria alimentaria ha sido del -9,8 %. De esta forma, la industria alimentaria ha pasado de representar el 16,2 % del empleo en la industria manufacturera al 21,3 %. La producción por empleado se situaba en 41.583 euros en el año 2014, mayor que la media de la industria española, pero menor que la de la industria en su conjunto.

Exportaciones con margen de crecimiento

Una contribución importante es la orientación exportadora de la industria alimentaria. Las exportaciones del sector en el año 2014 fueron de 24.018 millones de euros, el 10 % de la exportación española de bienes. Como las importaciones fueron de 18.003 millones se produjo un saldo exterior positivo por valor de 6.000 millones. Las principales exportaciones fueron de porcino (13,4 % de las exportaciones del sector), aceites (12,1 %), vino (10,7 %), productos de pescado (8,9 %), productos del dulce (5,1 %) y lácteos con el 3,9 % de las exportaciones del sector. Estas exportaciones vienen creciendo en los últimos años y aumenta también el número de empresas exportadoras.

Algunos autores (Myro 2014) han señalado la paradoja de que en los primeros años de la contracción económica actual, cuando aumentaban los costes para las empresas españolas, sin embargo, algunas industrias y la industria alimentaria en particular incrementaban sus exportaciones. Esta es una nota positiva, en primer lugar, por la necesidad de aumentar la apertura al exterior de las empresas y, en segundo lugar, porque manifiesta la adecuación de sus productos a las nuevas demandas en mercados competitivos y, sobre todo, porque se están diferenciando los productos, que es lo que puede explicar que, aún con costes crecientes, aumentaban las exportaciones, ya que para un producto diferenciado la elasticidad con respecto al precio es menor que para un producto genérico.

Se ha señalado cómo en un contexto de crecimiento de costes y sin recurso a la devaluación han incrementado las exportaciones. Ello indica, por un lado, la sofisticación y diferenciación de muchos productos y, por otro, la importancia que en la exportación tienen las grandes empresas, ya que pueden compensar costes laborales crecientes incrementando la productividad o deslocalizando algunas tareas más laboriosas y, además, tienen mejor acceso a los recursos financieros.

Por tanto, la importancia del complejo alimentario en el empleo y en la producción española se refuerza por su peso en la exportación, además de contribuir con su balanza comercial positiva. En la Tabla 5 se observa que el mayor sector exportador español es el de vehículos

automóviles, que representa el 14 % de la exportación española; la incorporación de las piezas y componentes añadiría 4 puntos más. El segundo sector exportador es la industria alimentaria, que representa el 10,7 % de la exportación española; si se añade la agricultura (que integra también al sector pesquero) se añaden casi siete puntos más (6,6). El complejo alimentario contribuye así al 17,3 % de la exportación española y, además, con balance positivo.

Tabla 5. Indicadores de algunos sectores exportadores españoles

	Peso en exportaciones (%)	Cambio peso (pp)	Cuota X mundial (%)	Propensión exportadora (%)	Cambio propensión (pp)
Vehículos	14,7	-5,7	4,3	80,6	9,9
Alimentación	10,7	2,1	3,0	18,6	4,1
Maquinaria	8,8	0,7	1,5	59,3	18,8
Química	7,2	1,8	1,9	50,8	13,3
Metálica	7,1	2,2	2,2	36,8	10,8
Agricultura*	6,7	0,2	3,8	23,6	5,3
Textil	5,5	0,5	1,9	68,2	37,9
Caucho	5,2	0,6	2,5	31,4	3,3
Maquinaria electr.	4,0	-0,4	0,9	49,5	18,0
Medicamento	4,4	3,1	3,0	77,2	49,7
Piezas autos	4,7	-0,8	3,5	52,7	-9,0

* *Peso es peso en exportación española.*

pp: puntos porcentuales.

Fuente: Tomado de Myro (2013).

Para valorar si hay margen de crecimiento de las exportaciones hay que anotar la *cuota de mercado* que tienen las exportaciones alimentarias en el comercio mundial, así como la *propensión exportadora* de las empresas. La cuota de mercado era próxima al 3 % del mercado mundial, lo que se puede apreciar comparándola con la cuota de vehículos (4,3), la mayor exportación y, también, la mayor cuota de mercado de las exportaciones españolas.

Otro indicador susceptible de utilizar es la propensión a exportar, que también se denomina intensidad exportadora y que compara el peso de la exportación en la producción de las empresas. Como se recoge en la Tabla 5 la propensión exportadora de las empresas alimentarias es del 18,6 %. Este es el porcentaje de empresas exportadoras, muy reducido si se compara con otros sectores. En ello influye la tradicional orientación al mercado interior, así como el reducido número de grandes empresas o de empresas de capital extranjero.

El estudio sobre fortalezas y sectores clave de la exportación española, dirigido por Rafael Myro, se califica al sector alimenticio como *sector clave*. Con objeto de valorar las perspectivas de competitividad de los distintos sectores el estudio elabora un cuadro de doble entrada, poniendo en abscisas la variación en la cuota de exportación y en ordenadas el peso del sector en la exportación española. Los sectores situados en la cuadrícula derecha y más elevada son

los denominados sectores-clave: alimentación, bebidas y tabaco, maquinaria agrícola e industrial, químicos, metálica básica, textil y confección otra maquinaria eléctrica y medicamentos (Myro, 2013; pp. 68).

Una nota adicional es que la participación del capital extranjero no es muy importante, aunque son empresas mayores y representan el 10 % de la exportación del sector, pero que tuvieron en el año 2014 un saldo negativo de 1.500 millones de euros.

Tabla 6. Distribución geográfica de las exportaciones e importaciones del sector

	Exportaciones	Importaciones
Francia	17,1	16,8
Italia	13,8	5,0
Portugal	12,8	5,9
Rusia	6,8	4,3
Alemania	6,3	9,0
EEUU	4,9	1,9
Países Bajos	3,0	8,7
Resto de países	35,3	48,4

Fuente: *Informe FIAB*.

Retos para una gran industria con multitud de empresas y empleos

La soberanía del consumidor ha sido un axioma habitual en la vida económica. El consumidor soberano hace y deshace empresas y productos. Ello es cierto, aunque el consumidor es más o menos influenciable y, en el tiempo, varía el tipo de influencia que la publicidad puede hacer sobre diferentes colectivos de consumidores y en determinados momentos del tiempo. Por otro lado, los productos alimenticios son más próximos al consumidor, por la frecuencia de su adquisición (hasta 2 o 3 veces por semana, como media, según algunas estimaciones), por lo que el consumidor es muy consciente de marcas, calidades y precios, así como de las alternativas que se le proponen.

La cesta del consumidor medio que sale del mercado se parece poco a la del consumidor de hace solo dos décadas por tipo de productos, por formato y envasado, por productos nuevos y reformulación de los antiguos, así como por las combinaciones nuevas de ingredientes y la incorporación de ingredientes naturales, lo que muestra la competitividad y dinamismo de una industria y la competencia entre empresas para este cambio tan rápido y permanente.

Además, en las últimas décadas, grupos amplios de consumidores solicitan alternativas en la producción de alimentos que la industria más asentada y tradicional no ofrecía. Entre la generación de los *baby boomers* y la del comienzo del milenio hay un cambio de gustos que

puede alterar no solo la forma de elaborar los productos y sus ingredientes sino también la estructura del mercado, dando cabida a empresas y actividades nuevas.

¿Qué es lo que ha cambiado en estos gustos del nuevo milenio? La publicidad puede manifestarlo. La generación anterior podría ser atraída por un producto crujiente al masticarlo, la nueva le gusta oír que los ingredientes proceden de huertos de cultivos naturales, el contenido de fibra y proteína que contienen, así como azúcares, antioxidantes y conservantes incorporados a los productos. Todo ello supone un reto que la industria está acometiendo, invirtiendo recursos de investigación y diseño, que hacen de la industria alimentaria una industria cada vez más nueva y, todavía, más competitiva.

Otro componente de la nueva demanda es la comida fuera del domicilio, bien en restaurantes o comida que se calienta en los microondas de la empresa. Datos del Censo de los Estados Unidos manifiestan que los ciudadanos gastan más en comida fuera de casa que en las tiendas de alimentación. Esta tendencia supone un nuevo reto para la industria alimentaria en forma de selección de productos, cantidades envasadas y otras características de la elaboración de los productos.

En España, a causa de la contracción económica actual, en el caso de la comida fuera del hogar, cuyo peso venía aumentando, recientemente ha decrecido el peso de la comida en restaurante y bares, de lo que es buena prueba el número de cierre de establecimientos. Así se habla de la *vuelta a casa*, es decir, menos comidas en restaurantes y más en casa o con comida traída de casa. Ello explica la fuerte caída en estos años de los establecimientos dispensadores de comidas y bebidas. En el año 2013 la hostelería perdía cerca de 4.000 establecimientos en España, la tercera parte de los caídos eran bares.

El descenso del nivel de vida que para muchos ciudadanos ha implicado el desempleo o la reducción salarial, durante la contracción económica actual, ha supuesto nuevos nichos de demanda de alimentos para algunos productos y comercios debido a la persistencia y duración de la situación presente. Hay que tener en cuenta también la alteración de los componentes de la demanda debido al mayor número de inmigrantes, lo que implica gustos y hábitos de demanda diferentes.

Todos estos factores están incidiendo en la reorganización de las empresas del sector, que alteran sus productos, sus ingredientes y la forma de presentarlos y que han de dirigir sus mensajes publicitarios a una población de consumidores de gustos y demandas diferentes a los de las generaciones anteriores.

Posiblemente, y al menos como fenómeno temporal, estas nuevas demandas pueden permitir la aparición de nuevas empresas, de menor tamaño y cuya pervivencia en el mercado depende del nicho de calidad y selección que ofrezcan, así como del retraso que las empresas de mayor tamaño puedan tener para la adaptación a las nuevas demandas, más específicas y variadas que las que hacían consumidores con menos exigencias, por ser la demanda anterior menos rica y variada, tanto en términos de capacidad adquisitiva, como de conciencia de las cuestio-

nes nutritivas, por una mayor atención a la selección de componentes, así como por la mayor conciencia de las cuestiones sanitarias y medioambientales relacionadas con la alimentación.

La presente contracción económica está incidiendo en los hábitos de consumo de la población. Por productos también es notable el hecho del mantenimiento de frutas y verduras en el consumo de los españoles mejor que otros productos, sin duda por la tradición gastronómica de productos frescos, las frutas y verduras ocupaban el segundo lugar, tras la carne, en la cesta de la compra. La separación por productos podría aclarar más el concepto. Sin duda, las patatas y las naranjas son un buen refugio en tiempos de crisis.

Estas innovaciones adaptativas que está llevando a cabo la industria alimentaria también tienen en cuenta que los productos estandarizados han de diversificarse por la diferente capacidad adquisitiva de los consumidores. Para algunos consumidores el precio es la variable definitiva que motiva la compra y para otros puede ser la marca la que ofrece garantía o la selección de variedades dentro de la marca. Por lo que la identificación de estas demandas complejas y variables es un reto que está asumiendo la industria alimentaria.

En resumen, el mayor nivel de renta de los consumidores, la variación de los hábitos de consumo, así como la mayor orientación hacia el cuidado personal y la salud son retos para la industria alimentaria que, en constante innovación, debe satisfacer las demandas de unos consumidores cada vez más exigentes y conscientes y que, además, cuentan con una importante oferta de productos de otros países y comercializados también por distribuidores de origen exterior, sobre todo en el ámbito del gran comercio.

3. Profunda transformación en la distribución

La transformación de los hábitos de compra hacia las grandes superficies está siendo un gran condicionante para la agricultura como para la industria alimentaria, tanto en términos de normalización y presentación de productos, como por la diferente organización en la producción industrial y en la distribución. En efecto. En efecto, hay más concentración en la distribución que en la agricultura o en la industria alimentaria, lo que da origen a una negociación desigual entre una oferta más dispersa y una demanda más concentrada en el distribuidor por la influencia y mayor peso de las grandes superficies. Ello implica una mayor capacidad para imponer precios al productor, así como mayor capacidad para alargar los plazos de pago, dándose la paradoja de que el pequeño productor (agricultor o industrial) financia al gran distribuidor.

En la distribución se produce el gran encuentro productor-consumidor. La frecuencia de asistencia a los mercados de alimentos hace que el consumidor sea más consciente de precios, marcas y calidad de los productos que en otro tipo de productos, por lo que su capacidad de aceptación o rechazo de un producto o marca es mayor y, normalmente, más fundada. En la comercialización se observan directamente las variaciones en los hábitos de consumo derivados

del nivel de renta, del tamaño de las familias, así como los procesos ligados a la urbanización y otros factores.

Hay dos grandes tendencias en la comercialización de productos alimentarios: la moderación del antiguo dualismo minifundio-gran empresa a favor de esta última y el crecimiento de la marca del distribuidor, lo que tiene gran incidencia en las fases anteriores del complejo alimentario.

La gran superficie se viene imponiendo en España, aparte de por presentar una forma más moderna de comercializar los productos, por su mayor capacidad financiera y de negociación con los proveedores.

La segunda tendencia importante es el *marquismo* (Casares, 2008), bien del productor y, cada vez en mayor medida, del distribuidor. Ciertamente la marca ofrece algunas cualidades que diferencian el producto, suministrando información útil para el consumidor. Lo más notable es el crecimiento de la marca del distribuidor, normalmente la gran superficie. De representar la marca del distribuidor el 15,5 % en el año 2000 se pasó en seis años al 2,6 y, según el último dato disponible, al 38 %.

Un aspecto de la distribución es la abundante, compleja y, en muchos casos, meramente declarativa legislación sobre comercio y su modernización. Son leyes salidas de momentos de desarrollo más retrasado cuando las estructuras comerciales eran arcaicas en muchos aspectos. Por eso, abundaban los *planes de modernización del comercio interior* que pretendían fomentar la competencia, incrementar la productividad y la transparencia, así como la cualificación de los comerciantes.

Esta modernización se ha logrado por la implantación de grandes establecimientos comerciales que, a la vez que modernizaban las estructuras comerciales, creaban una competencia desigual con los pequeños comerciantes, al tener ante los proveedores mayor capacidad para negociar precios y plazos de pago.

La legislación sobre plazos de pago ha tardado mucho en establecerse y, en ocasiones, más en cumplirse. Todavía en Ley de Comercio del año 1996 se legislaba sobre requisitos a cumplir en el pago a proveedores superiores a 60 y 120 días. La Ley de acompañamiento del Presupuesto del año 2000 ordenaba que el aplazamiento del plazo de pago de productos alimenticios perecederos no excediera de 30 días a partir de la entrega de la mercancía. Es un tipo de regulación que pretende que el productor no financie al distribuidor, máxime si se trata de productos perecederos. Con posterioridad, la Ley de lucha contra la morosidad de las operaciones comerciales del año 2004 establece un periodo de pago de 30 días para productos perecederos y frescos y de 60 para los restantes productos alimenticios, aunque para estos últimos el plazo puede ser de en 90 días, fijando algún tipo de penalización económica por el aplazamiento.

Otro aspecto regulatorio es sobre la implantación de grandes superficies, así como horarios y días de apertura y periodos de rebajas. Es una legislación que, en manos de las Comunidades Autónomas, está dando lugar a las más diversas y extremas situaciones.

Márgenes comerciales

Una cuestión diferente, bastante difundida, sobre todo en ámbitos periodísticos, es la referente a las diferencias de precios entre el productor agrícola y la venta en la distribución al consumidor final, por lo que se concluye que el distribuidor explota al agricultor y al consumidor. Ello no es necesariamente como se comenta en ocasiones. El hecho de que un producto agrícola cueste 0,5 euros en Almería y 2,05 en una gran capital no implica *necesariamente* la explotación del productor y del consumidor. Ciertamente el producto biológico *tomate* es el mismo en Almería que en Madrid, pero el producto económico (*tomate-al-lado-de-mi-casa*) es un producto que lleva incorporados valores añadidos en distintas fases de producción, transformación, almacenamiento, transporte y distribución. La explotación no deriva de la diferencia de precios, cuando se justifica por llevar incorporado valor añadido por otras actividades. Una cuestión diferente es cuando existen situaciones de monopolio u oligopolio en la comercialización, situaciones que dan origen a negociaciones desiguales con unos productores más dispersos y menos concentrados que la gran distribución o cuando son pocos los distribuidores en un área.

Entre la tienda tradicional, familiar en ocasiones, y el hipermercado se está imponiendo, cada vez en mayor medida en España, el supermercado de proximidad. Estos supermercados concentran en España casi el 75 % del gasto de los consumidores y siguen creciendo en número. La marca del distribuidor abarca ya el 38 % del mercado, porcentaje que es mayor en los supermercados (el 46 frente al 22 % en los hipermercados). Estas tendencias se vienen reforzando en los últimos años. Los hipermercados vienen manteniéndose en número, en los últimos años, y concentran el 16 % de las compras, el resto queda para la tienda tradicional, cuyo número vienen reduciéndose en los últimos años. Según datos de Nielsen, en el año 2014 se abrieron en España 5 hipermercados nuevos y 414 supermercados.

Dentro de los hábitos alimenticios también hay que señalar que, así como para viajes o espectáculos el comercio digital es muy importante, en el caso de productos alimenticios no es importante, apenas el 0,6 del gasto alimentario, según estimaciones de Nielsen, a pesar de la gran penetración en España de *smartphones*, *tablets* y ordenadores. En otros países europeos, como Francia o el Reino Unido el porcentaje de comercio digital para este tipo de productos está en las proximidades del 5 % de las ventas de mercado de gran consumo.

4. Conclusiones

En resumen, el complejo alimentario (agricultura, industria transformadora y comercialización) es un complejo muy estable en términos de producción y empleo. Es un complejo muy competitivo, entre las propias empresas españolas y con los productos de importación.

Aparte de su importancia dentro de la industria española es muy notable su contribución al equilibrio de la balanza comercial española.

Por otro lado, es un sector que absorbe tecnología y que varía la forma de producir y de presentar los productos ante unos consumidores con mayor nivel de renta y mayores exigencias de contenido de los productos alimentarios.

Finalmente, el peso de las grandes redes de distribución condiciona en gran medida las cadenas de producción anteriores en términos de requerimientos de calidad, presentación, envasado y logística. Se ha podido afirmar en este sentido que la tecnología de comercialización condiciona, en gran medida, la tecnología de producción.

Referencias bibliográficas

- CASARES, J. (2008): «Política de comercio interior»; en GAMIR, L. (2008): *Política económica de España*. .
- COLINO, J. y MARTÍNEZ, J. (2013): «Sector Agrario»; en GARCÍA DELGADO, J. L. y MYRO, R. *Lecciones de Economía española*. Edición 11.ª. Madrid, Civitas.
- FIAB (2015): *Informe Económico 2014*.
- GARCÍA ÁLVAREZ-COQUE, J. M. (2008): «Política agraria»; en GAMIR, L.: *Política económica de España*. Madrid, Alianza.
- GARDNER BRUCE, L. y RAUSSER GORDON (2008): *Handbook of Agricultural Economics*. Elsevier.
- MYRO, R. ed. (2013): *Fortalezas y sectores clave de la exportación española*.
- MYRO, R. (2014): «Paradoja de la productividad y la competitividad»; en *Ensayos sobre la Economía Española*; pp. 97-108. *Homenaje a José L. García Delgado*. Madrid, Civitas-Thomson.
- SCHULTZ, T. (1964): *Transforming Traditional Agriculture*. Yale UP.
- SOLOW, R. (1957): «Technical Change and The Aggregate Production Function»; *The Review of Economic and Statistics*. Agosto; pp. 312-320.