

La evolución de la industria agroalimentaria española y su competitividad en la Unión Europea

Luis Miguel ALBISU y Azucena GRACIA
Unidad de Economía Agraria
Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria – Gobierno de Aragón
Avda Montañana 930, 50059 Zaragoza
e-mail: lmalbisu@aragon.es; agracia@aragon.es

Resumen

La entrada de España en la Unión Europea, en 1986, supuso un cambio importante para el sector agroalimentario español pero, en particular, para la industria agroalimentaria. Esta adhesión tuvo una influencia de carácter casi inmediato en muchas medidas de política agraria ya que se pasó de una política nacional a una dependencia, a través de la PAC, de las decisiones que se tomaban para todos los países miembros de la Unión Europea.

La agroindustria también se vio influida aunque se ha tardado un periodo mayor de tiempo para que las consecuencias se materializaran. La gran dependencia de la agroindustria española a las materias agrarias producidas en el país es un vínculo importante para la mejora de su competitividad y, por tanto, la orientación de los productores agrarios ha sido un factor importante a lo largo de los años.

Sin embargo, en todo este periodo de tiempo, la distribución alimentaria ha sido la que más ha cambiado debido a la gran influencia del capital extranjero que ha ido instalando sus propios sistemas de distribución en nuestro país. La agroindustria ha pasado a depender, hasta cierto punto, de la distribución, por su mayor concentración empresarial y conocimiento del consumo y, sus relaciones no han sido fáciles. La agroindustria ha tenido que adaptarse a las exigencias de la distribución y también a los requisitos de los consumidores, que han ido cambiando sus pautas de vida y los productos adquiridos, demandando una mayor calidad y diversidad.

La agroindustria ha ido reestructurándose y adaptándose a las nuevas circunstancias. Como consecuencia, se ha observado un mayor porcentaje de producción agraria transformada, la creación de nuevas agroindustrias y la concentración empresarial así como, una mayor presencia de capital extranjero. Todo ello hace que la agroindustria sea el eslabón de la cadena agroalimentaria clave ya que la capacidad de decisión desde el país es todavía mayor que la que existe en la distribución, y las repercusiones que tiene para el sector productor de materias primas es de gran trascendencia.

La agroindustria española ha visto como aumentaban paulatinamente sus exportaciones aprovechándose de su pertenencia a la UE, pero también, buscando otros destinos aunque con una presencia menor. La nueva ampliación de la UE supone nuevos retos, tanto cuantitativos como cualitativos, ya que las exigencias de esos mercados no son de la misma naturaleza que las de los actualmente existentes. Es decir, se ha producido una mayor internacionalización de las agroindustrias. Sin embargo, por otra parte, las empresas agroindustriales están más vinculadas al medio rural, del que dependen para obtener las materias primas, y pueden actuar de motor al desarrollo rural. En este sentido se ha producido también un desarrollo de especialidades regionales al amparo de las denominaciones de origen que pretenden diferenciar la producción ligándola al ámbito local o regional. De esta manera, las agroindustrias se encuentran operando en un mercado cada día más globalizado en el que existe también una dimensión local o regional que puede jugar un papel muy importante para mejorar la competitividad de la agroindustria.

En este trabajo se analiza todo este proceso histórico haciendo énfasis en los principales condicionantes en los que se ha movido la agroindustria y, en cómo ha actuado en este nuevo contexto para ir mejorando su competitividad. Se toman, como punto de partida, los años anteriores a nuestra incorporación a la Unión Europea y se determina la evolución que se ha producido hasta la situación actual.

1. Introducción

La industria agroalimentaria (IAA) española, en las dos últimas décadas, ha sufrido importantes transformaciones derivadas de factores internos pero, sobre todo, lo que más ha marcado su evolución han sido los importantes cambios en el entorno, tanto a nivel nacional como internacional, en el que realiza su actividad y a los que ha tenido que ir adaptándose.

Un factor decisivo ha sido la integración española en la antigua CEE (denominada Unión Europea o UE a lo largo de este artículo). Esta integración ha marcado fuertemente la evolución de la economía española y, en particular, la evolución de las agroindustrias. Quizás no de una manera inmediata pero sí con gran intensidad en los años posteriores. Por este motivo, el punto de partida de este trabajo es precisamente la situación de la industria agroalimentaria inmediatamente anterior a la integración española en la UE.

La integración española a la UE tuvo muchas repercusiones en las agroindustrias, que se mencionarán en los siguientes apartados, pero uno de los efectos más importantes fue la internacionalización de la economía española, con las ventajas y/o desventajas que esta liberalización haya podido tener para la industria agroalimentaria española. La mayor liberalización y creciente internacionalización, consecuencia de los posteriores acuerdos internacionales, han sido factores determinantes que han influido enormemente en su evolución.

La mayor interacción de la economía española con el resto de Europa ha tenido varios efectos sobre todo el sistema agroalimentario español. Ha propiciado la llegada de capitales extranjeros que han tenido una influencia decisiva en la distribución alimentaria, sobre todo con la implantación de cadenas de distribución francesa, y que han marcado nuevas pautas en sus relaciones con las agroindustrias. La modernización y la creciente concentración de la distribución agroalimentaria le ha dotado de un alto poder de negociación frente a las agroindustrias, que están supeditadas a sus exigencias.

La evolución del consumo de alimentos y los cambios en los hábitos de los consumidores han generado importantes consecuencias sobre la actividad de las agroindustrias. Existe un mercado agroalimentario saturado como consecuencia del estancamiento en la cantidad consumida de productos alimentarios, que se debe al escaso crecimiento de la población y la consideración de los consumidores de que deben de comer menores cantidades de comida, para que no afecte su salud. Sin embargo, la actual demanda de alimentos es más sofisticada y exigente, y la demanda de una mayor calidad hace necesario atender a muchos factores que antes no se tenían en cuenta.

Existen algunos trabajos que analizan la industria agroalimentaria en España en la década de los setenta y principios de los ochenta¹. Todos estos trabajos coinciden en dos aspectos; el primero es la

¹ Se pueden consultar Abad (1985), Jordana (1983), Rodríguez- Zúñiga y Soria (1985), Rodríguez-Zúñiga y Soria (1989).

falta de información sobre la industria agroalimentaria agravada por el hecho de que diferentes fuentes ofrecían datos, algunas veces, dispares; el segundo es el importante cambio observado en el entorno del sector agroalimentario que marcó el desarrollo de las agroindustrias. El primer aspecto ha ido mejorando con el paso del tiempo y el segundo ha sido un continuo condicionante de su desarrollo.

En este trabajo se presenta cómo ha evolucionado la industria agroalimentaria española en las dos últimas décadas, para adaptarse a los nuevos condicionantes del entorno. En concreto, se estudia el periodo de tiempo comprendido entre la adhesión española a la UE y la actualidad. Se toma como punto de partida el año 1985, en la mayoría de los casos, o bien referencias temporales cercanas a esa fecha para compararlas a las estadísticas más actuales, en distintos años dependiendo del tema que se trate y la accesibilidad a los datos.

El trabajo se estructura de la siguiente manera. En el siguiente apartado se muestra la importancia de la industria agroalimentaria española y su evolución. En el apartado 3 se describen los principales cambios ocurridos en el entorno en el que opera la agroindustria española. En el apartado 4 se analizan los cambios que han realizado las agroindustrias para adaptarse al nuevo entorno descrito en el apartado anterior. Finalmente, se muestran una serie de reflexiones sobre la industria agroalimentaria en España.

2. Importancia y evolución de la industria agroalimentaria española

En el cuadro 1 se observa que, la industria agroalimentaria en 2002, con un 13,6% de los establecimientos industriales, suponía el 13,7% del empleo industrial y generaba el 12,8% del VAB de este sector de la economía. Lo que significa que parte de su estructura es similar al resto de las actividades industriales si bien genera menor valor añadido. En 1985, la industria agroalimentaria, con el 26% de las empresas manufactureras, representaba el 16% del empleo y generaba el 14,3% del Valor Añadido Bruto (VAB). Queda, por tanto, de manifiesto que durante el periodo de tiempo analizado el número de empresas disminuyó drásticamente en comparación a otras actividades industriales y, en menor medida, lo hizo el empleo y el VAB.

Detrás de esta evolución, que podría ser interpretada como una pérdida de importancia económica y social en el sector industrial, existen muchos otros cambios que han supuesto una importante reestructuración y mejora para la IAA. En particular, el número de establecimientos agroindustriales ha descendido un 20% mientras que el número de personas ocupadas ha aumentado un 10%. Como consecuencia, el número de personas por establecimiento ha pasado de 7,9 de media, en 1985, a 10,8 en 2002, lo que supone un aumento del 37%. Esta evolución indica un paulatino crecimiento del número de personas por establecimiento, a pesar del todavía escaso tamaño.

En el cuadro 1 también se observa que la industria agroalimentaria genera un Valor Añadido Bruto por debajo del que genera el sector agrario. Aunque, la relación entre el Valor Añadido Bruto de la agroindustria y el de la agricultura ha mejorado ligeramente.

En el cuadro 2 se observa que solo el 0,09% y 0,18% de las empresas tenían más de 500 trabajadores en 1985 y 2002, respectivamente. Sin embargo, en 1985, el 98% de las empresas agroindustriales tenían menos de 50 trabajadores y un 96,6%, en 2002. Por lo tanto, aunque se puede afirmar que el tamaño de los establecimientos de la industria agroalimentaria ha aumentado, todavía sigue existiendo un elevado grado de atomización con un número muy reducido de grandes empresas y muy elevado de pequeñas. Este fenómeno está también presente en la industria manufacturera, en general, ya que sólo el 0,16% de las empresas tenían más de 500 trabajadores y el 81,6% menos de 10 en 2002.

Cuadro 1. Número de establecimientos, personas ocupadas, producción y Valor Añadido Bruto de la IAA en 1985 y 2002.

	1985		2002	
	IAA	Total industria	IAA	Total industria
Número de establecimientos	41.890	163.001	33.832	248.067
Personas ocupadas	331.074	2.114.763	365.627	2.662.093
Producción bruta/ventas de producto de la IAA* respecto al total de la industria (%)	18,6	100	16,9	100
VAB IAA respecto total industria (%)	14,3	100	12,8	100
VAB IAA/ VAB agricultura (%)	60,6	-	62,2	-
Producción bruta o ventas de producto de la IAA*/ Producción Final Agraria	1,2	-	1,7	-

* Para 1985 se dispone del valor de la producción bruta mientras que para 2002 se tiene la cifra de ventas de producto

Fuente: INE. Anuario de Estadística y MAPA. Cuadernos de información económica sobre la Industria Agroalimentaria

Cuadro 2. Evolución del número de establecimientos por tamaño de la empresa.

Tamaño	1985	Tamaño	2002
Menos de 20 trabajadores	39.245	Menos de 10 trabajadores	28.011
Entre 20 y 49 trabajadores	1.853	Entre 10 y 49 trabajadores	4.684
Entre 50 y 99 trabajadores	505	Entre 50 y 199 trabajadores	887
Entre 100 y 499 trabajadores	434	Entre 200 y 499 trabajadores	188
Más de 500 trabajadores	38	Más de 500 trabajadores	62

Fuente: INE. Encuesta Industrial de Empresas y MAPA. Cuadernos Económicos de la Industria Agroalimentaria.

Si bien, en 1996, el 96% de las empresas tenían menos de 25 empleados existían grandes grupos, sobre todo multinacionales que dominaban producciones de diversos productos. Cabe citar,

en este grupo de importantes empresas, a Nutrexpa, Domecq, Danone, Compañía Continental Hispánica, Kraft, Sesostris, Mahou, Cruzcampo, Pepsico, Nutreco y Campofrío. Todas ellas estaban entre las 200 empresas industriales más grandes (Méndez y Sánchez, 2003). Ya en la última década, en la industria agroalimentaria se presentan situaciones muy diferenciadas. Desde un fuerte minifundismo, como en la fabricación de pan y productos cárnicos, hasta una gran concentración, como es el caso de la producción de azúcares, bebidas analcohólicas y cervezas (Méndez y Sánchez, 2003).

La industria agroalimentaria española se situaba en el cuarto y quinto lugar de la industria agroalimentaria europea, según el número de empleados y el Valor Añadido Bruto, respectivamente, en 1985 (Fernández Núñez, 2000). Las cifras más actuales indican una consolidación de esas posiciones pero mientras que nuestro porcentaje, respecto al total europeo, de las personas ocupadas ha ido aumentando no ha ocurrido lo mismo con el VAB, mostrando signos de escaso aumento de la productividad y generación de valor económico (Cuadro 3). Pudiera deducirse que, en el resto de los principales países europeos, ha habido una disminución del número de empleados pero una mayor generación de Valor Añadido. Por lo tanto, tras la incorporación de España a la unión Europea la industria agroalimentaria ha dado algunos signos de debilidad (Fernández Núñez, 2000).

Cuadro 3. Participación de cada país en el VAB y en el empleo de la industria agroalimentaria de la UE, 1985-2001.

Países	VAB			Personas ocupadas		
	1985	1995	2001	1985	1995	2001
Alemania	26,2	22,5	20,3	24,9	25,0	23,5
Bélgica	3,1	3,1	3,8	3,2	3,2	2,4
Dinamarca	2,3	2,2	3,0	3,0	2,8	3,4
España	10,5	12,5	10,5	12,2	13,8	14,6
Francia	17,9	17,5	15,8	18,2	17,8	15,5
Holanda	4,4	5,0	4,6	4,9	5,0	5,8
Italia	12,2	13,6	18,0	12,0	11,6	10,6
Luxemburgo	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2
Portugal	1,6	2,0	1,5	3,7	4,1	4,1
Reino Unido	21,7	21,5	22,5	17,7	16,7	19,9
UE-10	100	100	100	100	100	100

Fuente: Fernández Núñez, 2000 y Confederación de Industrias Agroalimentarias de la UE (www.ciaa.be).

La importancia de las diferentes ramas de actividad agroindustrial varía dependiendo del tipo de indicador utilizado (Cuadro 4). Las ramas agroindustriales más importantes, atendiendo al número de establecimientos, en 1985, eran las industrias de pan, bollería, pastelería y galletas; las vinícolas; las cárnicas; y las de molinería. La primera era también la más importante según el número de personas ocupadas y le seguían las industrias cárnicas, las lácteas y las de conservas de frutas y hortalizas. Ese mismo año, las ramas de actividad que generaban mayor Valor Añadido Bruto eran las de pan, bollería, pastelería y galletas; seguidas por las cárnicas, el grupo de otras bebidas alcohólicas y las

lácteas, si bien su peso relativo era muy diferente al que resultaba al analizarse los otros dos indicadores.

En 2002, la situación era distinta ya que las industrias cárnicas pasaron al primer lugar en cuanto al VAB generado, que quizás sea el principal indicador económico, seguidas por las industrias que se dedicaban a la fabricación de pan, bollería, pastelería y galletas. El orden se invertía en cuanto al número de empresas y a las personas ocupadas pasando a ser las industrias de pan, bollería, pastelería y galletas las que presentan mayor participación. Cabe resaltar también el buen posicionamiento, en cuanto al VAB, de las industrias lácteas y las de elaboración de vinos; así como la alta progresión de las industrias relacionada con la elaboración de vinos, dentro de las cinco primeras del ranking. Se puede observar que, a lo largo de los años, la dinámica que ha seguido cada rama agroindustrial es notablemente diferente y, para un mejor análisis, habría que considerar muchas singularidades de cada actividad.

Cuadro 4. Número de establecimientos, personas ocupadas y Valor Añadido Bruto de la IAA española, por ramas de actividad, en 1985 y 2002 (% respecto al total).

Actividades	Nº empresas		Personas ocupadas		Valor Añadido Bruto	
	1985	2002	1985	2002	1985	2002
Total IAA*	41.858	33.832	331.07 4	365.627	980.35 3	15.197,4
Industrias cárnicas	9,0	13,5	13,9	20,3	11,8	16,3
Transformación de pescado	1,1	2,3	4,7	6,2	3,1	4,0
Conservas de frutas y hortalizas	1,8	1,9	7,2	8,4	4,1	6,6
Grasas y aceites	5,2	5,2	4,4	3,1	6,0	4,5
Industrias lácteas	2,1	5,0	7,8	7,0	10,7	10,1
Molinería	7,6	2,7	3,5	1,9	3,5	2,4
Productos de alimentación animal	1,9	2,9	2,9	4,0	4,5	4,9
Pan, bollería, pastelería y galletas	53,6	37,8	26,6	23,9	14,2	12,8
Azúcar, chocolate y confitería	1,6	3,1	5,2	5,2	6,2	5,7
Productos alimenticios diversos	3,2	10,2	5,7	6,3	8,6	7,0
Elaboración de vinos	9,3	12,0	6,5	6,0	8,0	9,7
Otras bebidas alcohólicas	1,4	1,9	6,2	3,8	11,6	9,3
Aguas y bebidas analcohólicas	2,3	1,4	5,5	4,0	7,7	6,8

* El Valor Añadido Bruto, en 1985, viene expresado en millones de pesetas corrientes y, en 2002, en millones de € corrientes.

Fuente: INE, Anuario de Estadística y MAPA, Cuadernos de Información Económica sobre la Industria Agroalimentaria.

En el cuadro 5 se muestran dos indicadores de la industria agroalimentaria por ramas de actividad que miden, en cierta medida, la productividad (VAB por empleado y sobre producción). Se

observa que, si bien existían diferencias por ramas de actividad, desde 1985 a 2002, la productividad de las agroindustrias aumentó un 10% en total.

Cuadro 5. Indicadores de la industria agroalimentaria por ramas de actividad en 1985 y 2002 (miles de € constantes de 2001 base 2001, %).

Actividades	VAB/ Empleado		VAB/ Producción	VAB/ Ventas
	1985	2002	1985	2002
Total industria	38,2	-	33,7	-
Total IAA	36,8	40,4	26,8	23,7
Industrias cárnicas	29,8	32,6	21,7	19,7
Transformación de pescado	23,4	26,6	24,9	19,7
Conservas de frutas y hortalizas	20,2	31,5	26,4	22,0
Grasas y aceites	48,4	58,3	13,9	12,4
Industrias lácteas	47,9	58,1	24,2	21,9
Molinería	34,7	52,3	14,9	16,7
Productos de alimentación animal	54,2	49,1	10,5	12,6
Pan, bollería, pastelería y galletas	18,7	21,7	44,3	42,7
Azúcar, chocolate y confitería	41,8	44,1	30,1	28,7
Productos alimenticios diversos	53,0	45,0	29,6	34,1
Elaboración de vinos	43,3	66,6	31,1	29,0
Otras bebidas alcohólicas	65,6	97,6	45,8	40,4
Aguas y bebidas analcohólicas	49,4	68,7	46,9	25,3

Fuente: INE, Anuario de Estadística y MAPA, Cuadernos de Información Económica sobre la Industria Agroalimentaria.

La productividad, por empleado, de las industrias de productos de alimentación animal y productos alimenticios diversos presenta una tendencia decreciente mientras que la productividad para las demás ramas de actividad tiene una tendencia creciente, más o menos intensa dependiendo de la actividad en la que opere la empresa. Así, se observa que la productividad de las empresas elaboradoras de bebidas (vinos, bebidas alcohólicas, y aguas y bebidas analcohólicas) que, en 1985, presentaban una productividad mayor en comparación al resto de empresas, fueron las que más aumentaron la productividad hasta 2002. Para el resto de las ramas de actividad se observa que grandes incrementos de productividad correspondieron a empresas que en 1985 tenían una menor productividad. A pesar de ello, importantes ramas agroindustriales como las industrias cárnicas, las derivadas del pan, las de transformados de pescado y las de conservas de frutas y hortalizas tenían los valores más bajos en 2002.

La relación entre el valor añadido de las agroindustrias y la producción se ha mantenido más o menos constante, entre 1985 y 2002, para todas las ramas agroindustriales aunque los valores no son estrictamente comparables porque los indicadores no son los mismos. Sin embargo, cabe resaltar, en 2002, los altos valores alcanzados por las empresas relacionadas con el pan, bollería, pastelería y galletas así como las empresas productoras de bebidas. En el lado negativo están las empresas elaboradoras de productos cárnicos.

Finalmente, se presenta la distribución regional de las agroindustrias para determinar la importancia relativa que tienen respecto al total agroindustrial en las distintas Comunidades Autónomas (Cuadro 6).

Cuadro 6. Personas ocupadas y Valor Añadido Bruto de la IAA española, por Comunidad Autónoma, en 1985 y 2002 (% respecto al total).

Actividades	Personas ocupadas		Valor Añadido Bruto	
	1985	2002	1985	2002
Andalucía	18,5	13,92	19,45	14,04
Aragón	3,1	3,33	2,55	3,18
Asturias	2,10	2,03	2,41	2,12
Baleares	1,4	1,6	1,23	1,06
Canarias	2,9	3,3	3,06	2,71
Cantabria	2,0	1,6	1,51	1,33
Castilla y León	8,8	8,8	7,42	9,08
Castilla La Mancha	5,0	5,9	3,56	6,97
Cataluña	16,4	20,4	19,27	21,73
Extremadura	9,5	2,6	8,89	1,92
Galicia	2,5	7,5	1,89	5,62
Madrid	6,8	6,8	5,81	8,01
Murcia	7,7	5,1	9,39	4,38
Navarra	4,7	2,7	2,63	2,73
País Vasco	2,9	4,0	2,34	4,78
La Rioja	4,2	1,8	4,24	2,37
Comunidad Valenciana	1,7	8,7	4,36	7,98

Fuente: INE, Encuesta Industrial de Empresas y MAPA, Cuadernos de Información Económica sobre la Industria Agroalimentaria.

Si tenemos en cuenta la generación de VAB, Cataluña sobresale sobre el resto seguida de lejos por Andalucía, y conjuntamente, sobrepasan el 35% del total. Ese ordenamiento se daba tanto en 1985 como en 2002. Castilla y León, Madrid y Valencia eran las siguientes Comunidades Autónomas, en 2002.

Tradicionalmente la industria agrolimentaria ha estado localizada cercana a las áreas rurales, donde se encontraba el suministro de las materias primas (García Sanz, 2003). El agua no es un factor fundamental para las agroindustrias pero sí tienen que tener acceso a ciertos volúmenes para el proceso industrial. Sin embargo, las zonas de regadío son grandes productoras de materias primas agrarias que posteriormente son procesadas. En 1990, las agroindustrias se encontraban en las zonas cercanas a los regadíos del Levante, del Ebro y del Guadalquivir (Méndez y Sánchez, 2003).

A medida que las agroindustrias entran en segundas y posteriores transformaciones se van trasladando, con el tiempo, a los alrededores de las grandes áreas urbanas o en puntos de estrategia

logística (Langreo, 2004). Es interesante constatar como en entornos geográficos no muy lejanos de ciudades con gran población como Barcelona, Madrid y Valencia se potencia el desarrollo agroindustrial. La cercanía a los consumidores es un aliciente para su localización y, además, propicia sucesivas transformaciones de los productos agrarios que llega normalmente a la finalización de productos dispuestos para su consumo y que conlleva generación de valores añadidos. En el otro extremo están regiones con un amplio territorio como Andalucía y, Castilla y León, que tienen en la industria agroalimentaria la principal aliada para la defensa de las materias agrarias que se producen en sus regiones.

Otro fenómeno que se ha dado en la localización agroindustrial, con el paso del tiempo, es que las agroindustrias que se surtían de materias primas baratas que venían de procedencia lejana tenían acceso a través de los puertos marítimos y, por lo tanto, la transformación ha estado cerca de la recepción de los puertos.

Las administraciones de las Comunidades Autónomas han tenido cierta influencia en la implantación de las agroindustrias y en las posteriores inversiones que se han realizado. La política de inversiones se ha visto propiciada en unos territorios más que en otros dependiendo de la visión que han tenido las asociaciones empresariales en las que ha existido una mayor cohesión entre sus miembros, para facilitar adecuados servicios para el desarrollo (Albisu et al., 2004).

La tradicional manera de evaluar la importancia de la industria agroalimentaria deja aspectos importantes, como su vinculación con las empresas industriales de maquinaria agraria, la utilización de productos químicos, o la utilización de subproductos de las industrias agroalimentarias para otros usos industriales o agrarios. La valoración de todas estas actividades daría una visión más amplia de las relaciones e importancia de la industria agroalimentaria en el conjunto de la economía.

3. Cambios en el entorno en el que opera la industria agroalimentaria

3.1. Internacionalización

Como se ha mencionado anteriormente, la internacionalización ha sido el aspecto que ha influido de manera decisiva en el desarrollo de la industria agroalimentaria tanto de manera directa (intensificación de los flujos comerciales y la participación de capital extranjero en las empresas ubicadas en España o, en menor medida, mediante la participación de capital español en empresas extranjeras), como indirecta (modernización y desarrollo de la distribución agroalimentaria y globalización de los patrones de consumo de alimentos).

La adhesión de España a la UE supuso una liberalización de los mercados y, consiguientemente, una expansión de las exportaciones españolas. Sin embargo, la incorporación a la UE también favoreció la venta de productos foráneos en el mercado español, por lo que las empresas agroalimentarias españolas han debido hacer frente a un aumento de la competencia. En el cuadro 7 se observa que las exportaciones totales de la industria agroalimentaria se han

multiplicado casi por 3 desde 1985 hasta 2003 mientras que, las importaciones (aunque siguen siendo inferiores a las exportaciones) se han multiplicado por 5 en el mismo periodo de tiempo. Estas cifras ponen de manifiesto que los intercambios de productos agroalimentarios se han intensificado de manera importante en las últimas dos décadas.

Las exportaciones españolas de productos agroalimentarios se encuentran concentradas en cuatro tipos de productos: grasas y aceites; preparados de legumbres, hortalizas y frutas; bebidas alcohólicas y preparados de carne. Alrededor del 85% de las exportaciones agroalimentarias españolas correspondían a estos capítulos. En 1985, el saldo comercial de estos productos alimentarios era positivo y presentaba los valores más elevados. La evolución de las exportaciones de estos productos ha aumentado de manera muy importante pero el incremento de las importaciones ha sido superior. A pesar de esta evolución, los saldos comerciales de estos productos alimentarios siguen siendo positivos y mayores que los observados anteriormente. Las exportaciones de los demás productos alimentarios también han aumentado en el periodo analizado pero, el mayor incremento en las importaciones condujo a que los saldos comerciales positivos se convirtieran en negativos y los negativos, ya existentes, alcanzaran valores superiores (excepto para los productos de molinería). Esto indica que se ha producido una intensificación del comercio de productos agroalimentarios con un incremento general de los intercambios de alimentos y una mejor situación de la balanza comercial agroalimentaria española para los productos más importantes, desde el punto de vista de las exportaciones, y un empeoramiento para los productos con menor importancia exportadora.

Cuadro 7. Exportaciones e importaciones de la industria agroalimentaria en 1985 y 2003 (millones de € constantes de 2001 base 2001).

	Exportaciones		Importaciones	
	1985	2003	1985	2003
11. Productos de molinería	44	142	10	82
15. Grasas y aceites	740	1.485	183	442
16. Preparados de carne y pescados	127	563	77	399
17. Azúcar y confitería	72	356	33	430
18. Cacao y preparados	65	213	183	403
19. Preparados de cereales	25	517	12	588
20. Preparados de legumbres, hortalizas y frutas	735	1.505	47	502
21. Preparados diversos	84	538	63	796
22. Bebidas, líquidos alcohólicos	627	1.951	142	1.370
23. Residuos	152	257	317	8914
Total	2.669	7.527	1.068	5.925

Fuente: INE, Anuario de Estadística e ICEX, Oficina de Zaragoza.

Uno de los problemas con los que se han enfrentado las empresas agroindustriales es su pequeña dimensión. Sin embargo, muchas de las empresas de mediana dimensión han sido capaces

de enviar al extranjero un porcentaje notable de su producción, sobre todo de aquellos productos en los que hay una importante creación de valor añadido (Ameur y Gracia, 2004). Sin embargo, las industrias agroalimentarias de primera transformación necesitan grandes producciones para poder competir en los mercados internacionales.

La internacionalización de la economía española ha influido, de manera importante, en los flujos de inversiones extranjeras recibidas en España y también en las realizadas por España. Ofrecer cifras de la evolución de estos flujos de inversiones, desde los años 80 a la actualidad, es muy complicado debido a que los registros de inversiones extranjeras se han modificado varias veces a lo largo del periodo. Por lo tanto, las cifras de inversión publicadas no son comparables para todo el periodo y se ha optado por describir las tendencias más importantes, así como cuantificar exclusivamente la evolución más reciente de inversiones extranjeras.

Hay que considerar que el grado de desarrollo y de madurez de los sectores agroindustriales, en los países desarrollados, es mucho mayor que el que existe en España. En una primera etapa la expansión internacional aumenta los flujos de comercio internacional de productos mientras que, en etapas posteriores, se trasladan el capital y las consiguientes inversiones con operaciones conjuntas, con empresas nacionales, o independientes. No es, por tanto, de extrañar que la expansión de la industria agroalimentaria española haya estado más relacionada con los productos mientras que la expansión de la industria agroalimentaria europea haya sido una combinación de productos exportados a España pero también de importantes flujos de capital, hacia sus filiales españolas o para la implantación de nuevas plantas agroindustriales. Esta tendencia no ha sido durante todo el período ya que se ha visto que, en los últimos años, las oportunidades surgidas en los países de la nueva ampliación de la UE ha sido un atractivo importante para los capitales europeos y también la IAA española ha comenzado a trasladar capitales a otros países.

La entrada española en la UE supuso un aumento de las inversiones extranjeras en nuestro país y, en mucha menor medida, de las inversiones españolas en otros países, aunque las primeras aumentaron más rápidamente que las segundas lo que situó a España como un país netamente receptor de inversión extranjera (Maté, 1996). Además, a partir de esta fecha es cuando las cifras relativas de ambas inversiones (en relación al PIB) empiezan a adquirir mayor relevancia, ya que alcanzan tasas de crecimiento superiores a las tasas de crecimiento del PIB. En cuanto a la industria agroalimentaria se puede afirmar que es una de las industrias manufactureras que recibía, a finales de los 80, mayor volumen de inversiones extranjeras (después de la industria de productos químicos) (Martín y Velázquez, 1996) y, a su vez, uno de los sectores en los que más se invertía fuera de nuestras fronteras (Maté, 1996).

A mediados de los noventa hubo un notable proceso de adquisición de empresas nacionales por capital internacional, sobre todo en la producción de aceite y de leche. Así, empresas emblemáticas a nivel mundial compraron empresas españolas, como los casos de Nestlé, Unilever, Nabisco, Kraft Jacobs, Guinness y Danone (Méndez y Sánchez, 2003).

En el cuadro 8 se puede observar la evolución reciente de las inversiones extranjeras en España y realizadas por España en el extranjero, relacionadas con la industria agroalimentaria.

Cuadro 8. Inversiones extranjeras en España e inversiones españolas en el exterior en 2002 y 2003 (millones de euros corrientes).

	2002	2003
Inversiones extranjeras en España*		
Total industria	1.922	1.974
IAA	167	70
IAA (netas)	30	21
Inversiones españolas en el exterior*		
Total industria	5.288	7.483
IAA	235	2.270
IAA (netas)	192	2.224

* No incluye ni transmisiones entre no residentes, ni reestructuraciones de grupo ni la inversión en Entidades de Tenencia de Valores Extranjeros para recoger la cifra de inversión con incidencia real en la economía.
Fuente: Boletín del ICE, (2004).

Se observa que las inversiones extranjeras en España estimadas para el año 2003 han disminuido para las industrias agroalimentarias respecto al año anterior. Sin embargo, las inversiones de la industria agroalimentaria en el exterior han aumentado drásticamente, de 2002 a 2003, situando a este sector como un emisor neto de inversiones. Además, las inversiones netas, después de haber restado las desinversiones realizadas en el periodo, son sólo ligeramente inferiores a las inversiones brutas por lo que no se puede hablar de un proceso desinversor.

A modo de resumen, valgan los comentarios de Méndez y Sánchez (2003), que decían que las inversiones de capital extranjero en España, aunque con serios altibajos a lo largo de los años, ha tenido una tendencia descendente, mientras que las inversiones españolas en el extranjero han tenido la tendencia contraria pero los niveles de esas inversiones han estado muy por debajo de las anteriores.

Otro aspecto importante en cuanto a inversiones extranjeras sería analizar el grado de penetración de capital extranjero en el capital social de las empresas agroalimentarias. Martín y Velázquez (1996) estiman que la participación media de capital extranjero en el capital social de la industria agroalimentaria ascendía al 27% en 1985 y se elevó a un 44% en 1993.

3.2. Desarrollo y modernización de la distribución agroalimentaria

El desarrollo y modernización de la distribución agroalimentaria ha influido de forma importante en la evolución de la industria agroalimentaria. El cambio en la distribución, con la implantación de importantes cadenas de distribución, ha conducido a un incremento de poder de la distribución agroalimentaria en todo el sistema agroalimentario. Además, se trata del eslabón de la cadena agroalimentaria que está en constante contacto con el consumidor, por lo que conoce mejor que

nadie las reacciones de los consumidores. Por otra parte, las actuaciones del sector de la distribución influyen también, de manera importante, en el comportamiento del consumidor y en sus decisiones de compra.

Se podría considerar que, un factor importante de la modernización de la distribución en España fue la introducción del primer hipermercado en España, en 1973. La llegada de importantes cadenas de distribución alimentaria europeas ha supuesto su expansión, a veces mediante implantación de nuevos establecimientos y, otras veces, mediante la adquisición de cadenas españolas de ámbito regional. A lo largo de los años se produjo en España, como antes había sucedido en otros países europeos, una concentración e internacionalización de la distribución agroalimentaria. Paralelamente se han ido desarrollando cadenas de distribución, de capital totalmente español, que han conquistado importantes cuotas de mercado. Los tipos de establecimientos de venta de alimentos que se han ido imponiendo han sido el supermercado y el hipermercado, lo que ha hecho que desaparezcan muchos comercios tradicionales.

Este desarrollo ha tenido una notable influencia en la eficiencia del sistema agroalimentario ya que ha habido una competencia importante, con un consiguiente descenso en los precios y necesidad de incorporar nuevos productos que satisfagan a los consumidores. En el lado negativo está la práctica, que la distribución ha tenido con las agroindustrias, de posponer pagos y de poner a la venta, en algunas ocasiones, productos por debajo de su coste. Con el tiempo se han ido corrigiendo estos defectos gracias a la actuación de la administración. En las dos décadas analizadas, las cadenas han ido variando su política de aprovisionamiento y han ido suprimiendo un buen número de proveedores, quedando sólo aquellos que son capaces de suministrar grandes volúmenes o productos interesantes y novedosos. A pesar del gran tamaño que tienen algunas cadenas de distribución, sus centros regionales tienen cierta capacidad de decisión para los productos regionales, por lo que existen posibilidades para las pequeñas y medianas agroindustrias que fabrican productos de carácter regional.

Se distinguen distintos modelos de cadenas en la distribución alimentaria europea. En España ha habido una mayor influencia de las cadenas de distribución francesa que han hecho más incidencia en los hipermercados. Por ello, este tipo de establecimientos fue tomando una mayor importancia relativa en las primeras etapas de desarrollo de la distribución. Su implantación gozaba de grandes facilidades, tanto en los planes urbanísticos de las ciudades, como en el acceso al suelo. Este tipo de establecimientos se caracteriza por la amplitud de referencias dando posibilidades de presencia, en sus lineales, a muchas agroindustrias y no sólo a las líderes, aunque la rotación de los productos en los puntos de ventas es un importante criterio para permanecer.

En 1985, según datos de Nielsen, la participación de los hipermercados y supermercados en la venta de alimentos en España ascendía ya al 36% (Galdeano y de Pablo, 1996). Según estimaciones de la propia Nielsen, en 1984, el número de tiendas tradicionales ascendía a 96.600, el de autoservicios a 14.080, el de supermercados a 1.333 y el de hipermercados a 62 (MERCASA, 1986).

En el cuadro 9 se observa que los supermercados e hipermercados han aumentado su número de forma considerable y dominan la distribución agroalimentaria, al suponer más de la mitad de las ventas de productos agroalimentarios. Hay que mencionar que las tiendas de descuento, una figura relativamente reciente en España, ha tenido una importante expansión, así como las tiendas de conveniencia. Este tipo de establecimientos tiene una oferta muy limitada de productos y, en ocasiones, con muy pocos proveedores. El comercio minorista tradicional ha experimentado una recesión al pasar de representar un 14,3% de las ventas en 1996 a un 8,7% en 2001. De la misma manera las cooperativas y los mercadillos han visto reducida su participación en las ventas de alimentación de manera continuada.

Cuadro 9. Evolución del número de tiendas y de las ventas de los establecimientos detallistas de venta de alimentos (número y millones de €).

	Nº de tiendas		Ventas	
	1996	2001	1996	2001
Supermercados	3.630	10.323	11.539	14.839
Hipermercados	236	314	11.155	14.975
Cooperativas	277	256	403	350
Descuento	2.125	3.156	2.939	4.270
Conveniencia	2.740	4.520	245	350
Comestibles independientes	56.178	36.657	6.163	3.652
Especialistas	204.080	194.783	9.982	8.724
Total	294.716	273.868	43.072	47.661

Fuente: Jiménez et al., 2004.

En los últimos años, el desarrollo del número de hipermercados se ha visto frenado por una mayor sensibilidad de los dirigentes urbanísticos hacia este tipo de establecimientos. La localización de los hipermercados en la periferia de las ciudades tiene mayores dificultades y la negativa influencia en el pequeño comercio tradicional hace que el centro de las ciudades y los cascos históricos hayan quedado, en algunos casos, desatendidos. Además, los consumidores han vuelto a dar mayor importancia a la compra de conveniencia, en establecimientos cercanos a sus domicilios, lo que ha supuesto un mayor auge de los supermercados de tamaño pequeño y mediano. Todos estos cambios tienen influencia sobre las agroindustrias y sus estrategias comerciales.

De forma paralela a la expansión de los supermercados e hipermercados, se ha producido un importante crecimiento de la venta de productos agroalimentarios con marca del distribuidor. Para 2003, la FIAB (2004) estima que estos productos con marca del distribuidor representaban un 21,6% de las ventas de productos agroalimentarios y siguen ganando cuota de mercado. Este fenómeno implica que las industrias agrarias tienen que poder vender a la distribución con marca blanca aquellos productos que les demanden, con los requisitos de calidad que les establezcan y en los estrictos plazos previstos, a unas condiciones muy ajustadas en cuanto a los precios. Estas condiciones muchas veces sólo pueden ser satisfechas por grandes empresas agroalimentarias que pueden dedicar parte de su capacidad productiva a suministrar estos productos sin marca. También

suele ocurrir que las agroindustrias líderes no participan de este mercado que queda para las que tienen una buena dimensión pero sin capacidad de liderazgo.

3.3. Consumo alimentario

En las últimas dos décadas la situación del consumo en España ha cambiado de forma importante. La evolución del consumo de alimentos ha sido muy importante y diversa y, además, los hábitos de consumo y de compra de los consumidores se han modificado siguiendo el desarrollo y cambios que ha experimentado el país.

La evolución del consumo de alimentos se puede resumir, a grandes rasgos, en tres aspectos. La participación del gasto en alimentación en el gasto total de los hogares ha disminuido dejando, en 1998, de ser el grupo de bienes que más parte del presupuesto absorbe (a favor de la vivienda) al pasar de suponer alrededor del 30% a mediados de los 80 al 20% del gasto en la actualidad.

El consumo de alimentos en cantidades se ha mantenido constante o, incluso, ha disminuido ligeramente aunque el gasto en alimentación ha aumentado lo que indica una mayor demanda de productos con más valor añadido o de mayor calidad. El consumo de productos de conveniencia (platos preparados, derivados lácteos, frutas y hortalizas transformadas, zumos y aguas minerales) es el que más ha aumentado (Cuadro10).

Por el contrario, la cantidad consumida de los productos considerados menos saludables o con alto contenido energético, causantes de aumento de peso, es la que más ha disminuido (margarina, legumbres secas, azúcares, miel, arroz, huevos y patatas). Además, el consumo de alimentos fuera del hogar ha aumentado, sobre todo, en los últimos años pasando del 21,6% del gasto total en alimentación en 1987 a casi el 27% en 2002 lo que indica un aumento de la demanda de conveniencia. Estos cambios suponen estrategias de producción y comercialización diferentes para las agroindustrias.

Sin embargo, los cambios fundamentales en el consumo de alimentos vienen determinados por los cambios en los patrones o comportamiento de los consumidores. Nos encontramos en un momento no solo de cambios de tendencias, sino de cambios de actitudes, de hábitos de consumo, de creación de nuevos estilos de compra y de uso de nuevas tecnologías (Gracia y Albisu, 1999). Se produce una globalización de los patrones de consumo, a la vez que una mayor diferenciación de los consumidores en segmentos con perfiles más definidos y diversos. Los mencionados cambios han conducido a un consumidor más entendido y exigente que dedica más tiempo a la compra que lo toma como entretenimiento esporádico. Este desarrollo de los mercados permite a las grandes agroindustrias afrontar los mercados, de una manera global, y a las pequeñas agroindustrias acudir a numerosos nichos de mercados, nacionales e internacionales.

Cuadro 10. Evolución del consumo alimentario en España (kilos/litros/unidades por persona y año)

Productos	1987	2002	% 2002/1977
Gasto total alimentación*	5.861.856,5	66.241,9	-
Gasto en alimentación en el hogar*	4.596.933,5	48.509,0	-
Huevos	299,9	211,2	-29,6
Carnes y transformados	66,9	68,3	2,1
Productos de la pesca	30,5	36,6	20,0
Leche líquida	124,6	111,5	-10,5
Derivados lácteos	18,2	36,1	98,3
Pan	65,1	58,2	-10,6
Galletas/bollería/pastelería	12,5	13,4	7,2
Chocolate/cacao/sucedáneos	2,7	3,1	14,8
Cafés/infusiones	3,3	3,8	15,1
Arroz	8,8	5,9	-33,0
Pastas alimenticias	4,8	4,4	-8,3
Azúcar	13,6	7,5	-44,8
Miel	0,8	0,5	-37,5
Legumbres secas	8,9	4,6	-48,3
Aceites vegetales	26,6	20,8	-21,8
Margarina	2,0	1,0	-50,0
Patatas frescas	61,1	46,5	-23,9
Hortalizas frescas	66,5	64,9	-2,4
Frutas frescas	108,9	98,2	-9,8
Aceitunas	3,8	3,9	2,6
Frutos secos	2,2	3,1	40,9
Frutas/hortalizas transformadas	10,4	17,4	67,3
Platos preparados	2,6	9,4	261,5
Vinos	46,6	29,6	-36,5
Cervezas	64,4	54,0	-16,1
Otras bebidas alcohólicas	6,5	6,5	0,0
Zumos	6,7	18,4	174,6
Aguas minerales	23,0	63,4	175,6
Gaseosas y refrescos	57,6	64,1	11,28

* Las cifras de gastos para 1987 vienen expresadas en millones de pesetas corrientes y para 2002 en millones de € corrientes

Fuente: MAPA, 1987. El consumo alimentario en España y MAPA, 2004a. La alimentación en España.

Aumenta el interés de los consumidores por la salud y, por lo tanto, por el consumo de productos naturales. A su vez, la preocupación por la seguridad alimentaria ha aumentado y se demandan más productos sanos y seguros. Esto ha conducido a que valore más la información y la garantía suministrada por los productos alimenticios, por lo que el etiquetado y los distintivos de calidad (DOP, IGP, marcas, etc.) adquieran mayor relevancia. Las agroindustrias han cambiado su atención de los aspectos tangibles a los intangibles, en una continua búsqueda de un mayor valor añadido. Por otra parte, los estilos de vida actuales de los consumidores han conducido a que se vean más atraídos por la conveniencia en el consumo y en la compra, con el desarrollo de nuevos canales comerciales que ofrecen nuevas posibilidades a las agroindustrias.

3.4. Ayudas al desarrollo agroindustrial

España, en el momento que se incorpora a la Unión Europea, era un país con una agroindustria escasa y poco desarrollada. Todavía se creía en la expansión de las producciones

agrarias como principal motor del sector agroalimentario. Por tanto, se prestaba poca atención a las políticas de ayudas al desarrollo agroindustrial.

Las ayudas que la Política Agraria Comunitaria ha proporcionado a la agricultura son motivo de continuo debate. Sin embargo, las ayudas a la industria agroalimentaria reciben poca atención. España, como cualquier otro país miembro de la UE, se ha visto favorecida por las subvenciones programadas a lo largo de los años. Las fuentes han sido diversas, ya que algunas se planteaban como ayudas directas al desarrollo agroindustrial, otras entraban dentro de paquetes de ayudas a las áreas rurales a través del Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agrícola (FEOGA).

La Agenda 2000 preconizaba ayudas a la agroindustria pero no tanto para aumentar su capacidad productiva como para mejorar su calidad. Si bien, en la práctica muchas agroindustrias han tenido una gran expansión con las nuevas normas. Anteriormente, desde 1996 a 1999, ocurrió algo similar, con ayudas que alcanzaron los 360 millones de euros. Las ayudas de la UE tienen un efecto catalizador de actuaciones conjuntas entre la administración central del Estado y las administraciones de las Comunidades Autónomas.

Las tres administraciones cofinancian las ayudas y, en el periodo 1996-1999 las ayudas supusieron un 33% del total de la inversión (Pozo, 1999). La UE participó con un 23%, el MAPA con un 6% y el resto de administraciones con un 4%. Durante ese periodo, las empresas hortofrutícolas atrajeron el 25,8% de las inversiones, las cárnicas y derivados el 23%, las transformadoras de pescado el 16,3% y los vinos y los derivados el 10,4%. En los países centroeuropeos la industria cárnica es la que ocupa un claro liderazgo pero la distribución porcentual, en España, indica la clara inclinación por los productos mediterráneos.

El porcentaje de las ayudas, respecto al total de la inversión, se ha diferenciado a lo largo de los años según la región donde se encontrara la agroindustria. Así, para el periodo 2000-2006 se diferencia entre regiones de la zona de objetivo 1, con un máximo del 50%, y el resto de las regiones, con un 40%. Esta diferenciación en las ayudas puede ser motivo de decisiones de localización de las agroindustrias, sobre todo para aquellas de segunda transformación, en las que el transporte de las materias primas no tiene una gran importancia.

El último paquete de medidas abarca el período de 2000 a 2006, tras el cual, con la inclusión de los nuevos países miembros, es posible que las condiciones se endurezcan precisamente en una etapa en la que todavía sería necesario dar un importante impulso a las industrias agroalimentarias. A lo largo de estos años se puede considerar que las ayudas han sido un elemento importante para aumentar la competitividad de las agroindustrias, pero dado el retraso que ha existido para recibirlas, aquellas empresas que dependían excesivamente de las mismas, se han enfrentado con duros problemas de liquidez financiera y, en algunas ocasiones, con un mal planteamiento empresarial que ha hecho tambalear su rentabilidad económica.

En algunos casos, las administraciones de las Comunidades Autónomas, a través de diversos mecanismos, han participado con capital público en empresas agroindustriales.

4. Actuaciones de las agroindustrias

En el apartado anterior se han descrito los cambios más importantes producidos en el entorno en el que actúa la industria agroalimentaria y que ha propiciado una nueva orientación de esta industria. Estos cambios han planteado numerosos retos a las agroindustrias y han tenido que orientar sus esfuerzos siguiendo unas pautas diferentes a las que venían imperando anteriormente. Es decir, las agroindustrias ya no tienen que atender exclusivamente su vertiente productiva, que tendrán que ir mejorando y adaptando con una mayor flexibilidad y organización, sino que deben orientarse hacia el cumplimiento de una serie de requisitos que está demandando el nuevo mercado agroalimentario: calidad, diversidad, seguridad, etc..

Las estrategias y actuaciones que ha llevado a cabo la industria agroalimentaria para cumplir estos requisitos han sido intensificar las inversiones, comenzar un esfuerzo en investigación, desarrollo e innovación (I+D+I) pero, sobre todo, apostar por ofrecer una mayor calidad y diversidad (Mamaqui et al., 2002).

4.1. Inversiones

Las inversiones de la industria agroalimentaria han aumentado en la última década y han seguido la misma progresión que las inversiones en toda la industria (Cuadro 11) representando alrededor del 14% del total. La producción de productos cárnicos sigue siendo la rama industrial que atrae más inversiones. En 1993, la segunda rama industrial en cuanto a inversiones efectuadas era la de pan, bollería, pastelería y galletas, que todavía en la actualidad sigue recibiendo una parte importante del total, pero se ha situado por delante las empresas elaboradores de vinos, otras bebidas alcohólicas y las conservas de frutas y hortalizas. Esta nueva situación ha sido debida a que las inversiones de las empresas elaboradoras de vinos y de otras bebidas alcohólicas han crecido de manera importante. Sin embargo, hay que tener en cuenta que estas cifras son orientativas, ya que las inversiones pueden variar en gran medida de un año a otro.

Para conocer el esfuerzo inversor conviene dividir las cifras dadas para las inversiones respecto al total de ventas y también en relación al Valor Añadido Bruto. Estos cálculos nos dan interesantes apreciaciones, ya que para el total de la industria agroalimentaria las inversiones sobre las ventas suponían 3,7%, en 1993, y 4,96% para 2002. Esto nos indica que el esfuerzo inversor ha ido creciendo. En ambas referencias temporales hay que señalar que la fabricación de pan, bollería, pastelería y galletas así como los productos alimenticios diversos han estado muy por encima de la media. En 2002 sobresalían la elaboración de vinos (8,7%) y la de otras bebidas alcohólicas (9%). En cuanto a la relación de las inversiones respecto a los Valores Añadidos Brutos, si la media, en 2002, para toda la industria agroalimentaria era del 21%, algo superior al existente para toda la industria. La

elaboración de vinos ocupaba el primer lugar con el 30%, seguido de las conservas de frutas y hortalizas así como los productos de alimentación animal, las dos con el 29%. Sigue siendo un exponente de la fiebre inversora que está teniendo la elaboración de los vinos así como de otras producciones que están realizando un gran esfuerzo en comparación al valor económico que generan.

Cuadro 11. Inversiones en la industria agroalimentaria en España por ramas de actividad (millones de € constantes de 2001 base 2001, %).

Actividades	1993	2002
Total industria	13.887,3	21.999,5
Total IAA	1.935,41	3.091,2
Industrias cárnicas	16,0	16,5
Transformación de pescado	2,7	3,3
Conservas de frutas y hortalizas	8,3	9,2
Grasas y aceites	5,4	5,0
Industrias lácteas	11,6	6,5
Molinería	5,2	2,9
Productos de alimentación animal	5,1	6,8
Pan, bollería, pastelería y galletas	11,5	8,2
Azúcar, chocolate y confitería	5,8	4,4
Productos alimenticios diversos	8,3	6,1
Elaboración de vinos	7,5	14,0
Otras bebidas alcohólicas	5,5	9,9
Aguas y bebidas analcohólicas	7,0	7,3

Fuente: MAPA, Cuadernos de Información Económica sobre la Industria Agroalimentaria

4.2. Innovación

A lo largo de estas dos décadas la industria agroalimentaria ha pasado por distintas vicisitudes. En la primera época todavía se encontraba con un mercado nacional en expansión ávido de productos procesados. Por lo tanto, aquellas agroindustrias que generaban antes los procesos de transformación son las que inmediatamente tenían éxito. La competencia desde el extranjero era mínima y el diferencial de precios hacía que la industria agroalimentaria española pudiera tener un alto grado de éxito. En este escenario, la innovación era mínima ya que se trasladaban procesos productivos de otros países a las materias primas agrarias españolas. En esta primera época, hay que señalar el posible impacto negativo que pudiera haber tenido la transferencia de la investigación agraria a las comunidades autónomas, con una investigación localista y la falta de orientación de la investigación hacia el uso de las materias primas agrarias en la industria agroalimentaria (Jordana, 2003).

Es, sin embargo, a finales de la segunda década cuando el panorama es totalmente distinto. Las agroindustrias sienten la necesidad de innovar para poder estar presentes en los lineales de las cadenas de distribución y poder desplazar a otros productos más conocidos. Las agroindustrias tienen también, en la innovación, una de sus mejores armas para poder negociar con la distribución. La diferenciación de los productos les permite no entrar de lleno en una guerra de precios, en la que ocupan el lado perdedor frente a la potencia económica de las cadenas de distribución (Albisu et al., 2000).

La exportación también exige no sólo productos diferentes sino que se apliquen las técnicas más innovadoras. Por lo tanto ya no sólo es la innovación en el producto sino también en el proceso. Aunque las medianas y pequeñas empresas han sido más proclives a hacer un mayor énfasis en los productos, tratando de beneficiarse en procesos tecnológicos nacidos de la industria auxiliar o bien desde las grandes empresas alimentarias.

Las fuentes del cambio tecnológico han estado basadas en la oferta de maquinaria, tanto nacional como extranjera, lo que ha llevado a que el nivel de autonomía tecnológica desde las propias agroindustrias sea baja (García y Burns, 1999). En particular, el uso de tecnología de otros sectores punteros como el de la biotecnología, microelectrónica, ordenadores, etc., ha supuesto un definitivo empuje en el cambio tecnológico. Las grandes empresas son menos dependientes de las tecnologías relacionadas con los productos que las pequeñas y medianas, mientras que para los procesos las medianas tienen un mayor nivel de autonomía.

En el siempre difícil análisis para conocer cómo mejorar la innovación, López et al. (2003) llegaron a la conclusión, después de analizar la industria agroalimentaria española, que los factores internos propios de la empresa son los que tienen una mayor influencia. Además, añaden que ni los factores externos ni el montante monetario dedicado a investigación y desarrollo en las empresas son determinantes, por tratarse de innovaciones de productos, en la mayoría de los casos. También observaron que los gastos en marketing tienen una mayor influencia en la innovación que la generación de tecnología. García y Briz (2000) determinaron que la innovación en la industria agroalimentaria española es de carácter evolutivo y que se da un mayor grado de innovación real cuanto mayor es el grado de autonomía tecnológica de las empresas.

4.3. Calidad

Una de las apuestas más importantes que han realizado las industrias agroalimentarias para atender a las exigencias de los mercados agroalimentarios actuales es la calidad de los productos que ofrecen (MAPA, 2004b). La calidad entendida de manera global y como una forma de atraer a diferentes segmentos de consumidores que, aunque no demanden más cantidad, demandan mayor valor, lo que debe ir unido, por supuesto, a una mayor satisfacción de sus necesidades (calidad percibida por el consumidor).

Sin embargo, las recientes crisis alimentarias han planteado dudas sobre la calidad de los productos alimentarios. Ha sido, en estas circunstancias, cuando se ha puesto más de manifiesto que el simple hecho de ofrecer productos de calidad no es suficiente para los productores de alimentos sino que es necesario, además, informar sobre la calidad de los productos y garantizar esa calidad. De esta manera, las empresas agroalimentarias han implantado o se han inscrito en diferentes sistemas de certificación o aseguramiento de la calidad dependiendo de sus objetivos y estrategias de producto.

Existen multitud de sistemas de certificación de la calidad, con unas características diferentes (públicos o privados, con vínculo geográfico o sin él, certifican el producto o el sistema, etc.) (Cruz et al., 2004). Las empresas, en los últimos años, se han adherido a alguno o varios de estos sistemas ante la necesidad de informar sobre la calidad de sus productos. Estos esquemas de aseguramiento de la calidad eran prácticamente inexistentes hace dos décadas o tenían unas prácticas muy poco exigentes.

En este trabajo, se mencionan los dos sistemas más extendidos en el sector agroalimentario español y que, a su vez, certifican o garantizan la calidad desde distintas perspectivas. El primero se caracteriza por ser un sistema con apoyo de la administración pública, que certifica el producto con vínculo geográfico (Denominaciones geográficas: Denominación de Origen e Indicación Geográfica). Este sistema no solo es un sistema de certificación de la calidad, sino que los productos amparados ofrecen al consumidor ciertas características específicas que les aportan un valor diferente a los demás productos de su gama (Albisu y Corcoran, 2001). El segundo se trata de un sistema privado, sin vinculación geográfica, y que certifica el proceso de fabricación del producto, es decir, a la empresa como organización (normas ISO 9000, ISO 14001, etc.).

Las denominaciones geográficas cuentan con una larga tradición en España pero, fue a partir de la publicación del Reglamento 2081/92, de la Unión Europea, sobre el régimen relativo a la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios, cuando adquirieron un reconocimiento a nivel europeo y una mayor expansión en el mercado agroalimentario español. Estas denominaciones no tienen una gran relevancia desde el punto de vista económico ya que en la actualidad solo el 1% de las ventas de la IAA de productos agroalimentarios² se comercializa con Denominación de Origen. Sin embargo, tienen una gran importancia desde el punto de vista social, de desarrollo rural y es un instrumento útil, en mayor medida, para aquellas pequeñas y medianas industrias agroalimentarias ubicadas en zonas rurales con una cierta tradición en la producción de algún producto.

Se trata de vincular al producto agroalimentario con un territorio, tradición y cultura que sea positivamente valorado por el consumidor para que esté dispuesto a adquirir este producto y se cree una fidelidad al mismo. Esta idea se encuentra relacionada con la nueva actitud de los consumidores que entiende la alimentación no como una necesidad básica sino como una percepción positiva, en el que se conjuga el reconocimiento social y un fuerte componente gastronómico. En definitiva, estas pequeñas y medianas empresas, ubicadas en determinadas zonas tradicionalmente productoras de un producto, deben aprovechar este activo para ofrecer productos tradicionales a su vez que seguros. Es decir, en estos productos con denominación se compatibilizan ideas de tradición, territorio y cultura, todas ellas positivamente valoradas por los consumidores, con la de seguridad, a veces puesta en entredicho, para encontrar un segmento fiel de consumidores que aprecian estos valores.

² No se incluye vinos y bebidas ya que no existe valor comercializado para muchas de las denominaciones existentes, aunque su inclusión haría que el porcentaje se multiplicara por 10.

La expansión de los productos agroalimentarios con DO en los últimos años ha sido muy importante tanto en, número de Denominaciones existentes como en, el valor comercializado por las mismas. El número de DO existentes inmediatamente posterior a la incorporación a la UE era de 12, en 1987, habiéndose alcanzado la cifra de 101 en 2002. El volumen comercializado de productos agroalimentarios con DO también ha seguido una tendencia creciente, ya que en el año 1991 el volumen comercializado de productos agroalimentarios amparados por DO era de 91 millones de € ascendiendo en la actualidad a 543 millones de €.

En el cuadro 12 se observa que el mayor número de Denominaciones de Origen de productos agroalimentarios corresponden a vinos, quesos, aceite de oliva virgen, carnes frescas y frutas. Los productos agroalimentarios (excluido el vino) comercializados bajo DO se venden casi exclusivamente en el mercado interior. Aunque no existe información del valor comercializado nada más que para 33 Denominaciones de vinos, las ventas de vinos con DO, en algunas zonas, están más orientadas al mercado exterior.

Cuadro 12. Número de denominaciones, empresas inscritas y valor comercializado en 2002 (número, millones de €).

	Número	Empresas inscritas	Total valor comercializado	Valor comercializado en España
Aceite de oliva virgen	17	281	55,91	39,88
Arroz	3	26	12,54	12,5
Carnes frescas	14	187	91,1	90,65
Condimentos y especias	2	14	1,43	1,41
Chufas	1	21	3,54	3,54
Embutidos	3	50	10,98	10,67
Frutas	13	197	70,9	42,94
Frutos secos	1	27	-	-
Hortalizas	10	90	46,32	45,16
Jamones	4	236	49,49	49,49
Legumbres	4	37	1,56	1,54
Mantequilla	1	1	2,33	2,17
Mejillones	1	-	Sd	Sd
Miel	2	29	0,49	0,49
Productos cárnicos	2	43	2,96	2,79
Quesos	19	394	109,4	87,19
Sidra	1	-	sd	Sd
Turrón	3	27	83,63	73,8
Vinos*	56	164.064	sd	sd

* Corresponde a la campaña 2001/2002

Fuente: MAPA, 2003. Datos de las denominaciones de origen protegidas e indicaciones geográficas protegidas de productos agroalimentarios. Año 2002.

Sobresalen las denominaciones de vinos de Almansa (61%), Bullas (53%), Calatayud (85%), Campo de Borja (71%), Cataluña (49%), Cava (46%), Priorato (58%), Ribera del Guadiana (83%) y Utiel-Requena (64%) que son las que más proporción de sus ventas dirigen al mercado exterior (aunque hay que mencionar que Rioja no ofrece información sobre sus ventas en el exterior) (MAPA, 2003).

Por otra parte, se ha producido un crecimiento en el número de empresas certificadas con las Normas ISO 9001 e ISO 9002. A finales de 2002, el número de empresas certificadas ascendía a 1.443, habiéndose incorporado a la certificación 423 empresas en 2002, frente a las 274 que se certificaron en 2001 (MERCASA, 2004). El mayor número de empresas certificadas corresponde a industrias cárnicas (260) y a preparados de conservas y frutas (252). La certificación medioambiental según la Norma ISO 14001 todavía es muy reducida en España aunque se ha observado un crecimiento progresivo desde 1997, año de inicio en España de las primeras certificaciones (3 empresas). En el año 2002, el número de empresas con certificación medioambiental ascendía a 182, de las que 31 corresponde a vinos, 25 a preparados y conservas de frutas y 17 a aceites.

5. Consideraciones finales

A lo largo de estas dos últimas décadas la industria agroalimentaria ha demostrado su capacidad de adaptación a las cambiantes circunstancias generales de la economía y de las peculiares de los mercados alimentarios. También se puede señalar que ha sido competitiva, ya que su posición en Europa no ha empeorado y las exportaciones han crecido a un buen nivel. Ha sido un periodo en el que muchas materias primas agrarias han entrado en un proceso de transformación que no existía antes. Esto no significa que haya importantes problemas estructurales que sería necesario cambiar en el futuro, sobre todo, la escasa dimensión de sus empresas que se deben de enfrentar a los mercados internacionales y a la competencia desde muy distintos y, a veces, distantes orígenes.

En los cambios realizados quizás se puede aseverar que no han surgido de una manera espontánea e interna desde la propia industria agroalimentaria, sino que, la distribución agroalimentaria y la internacionalización han sido, sobre todo, los dos aspectos que han forzado a las agroindustrias a mejorar sus actividades. Sin embargo, su reacción ha sido rápida y eficiente. Con la distribución ha sufrido, en mayor medida, la pequeña y mediana agroindustria, mientras que este tipo de establecimientos han encontrado su acomodo en los mercados internacionales.

La nueva ampliación de la Unión Europea hacia los Países del Este de Europa trae nuevas preocupaciones, ya que hay una mayor intensidad de inversiones de capitales de los países más desarrollados de Europa hacia esos países (Albisu y Gracia, 2003). España ha entrado en una nueva fase en la que las inversiones en el extranjero han crecido enormemente, en los últimos años. Sin embargo, no parecen existir grandes núcleos empresariales en los que la investigación e innovación de productos sea su máxima prioridad, por lo que la salida al exterior puede suponer repetir procesos productivos ya existentes en el país de productos establecidos en el mercado nacional y no la continua transferencia de nuevos conocimientos, generados en nuestro país, y que sean aplicados en otras áreas geográficas.

Los consumidores están cambiando sus actitudes respecto a la alimentación. Las agroindustrias parecen estar demasiado alejadas de los consumidores, y la distribución es la que transmite la información que le interesa, ya que en sus negociaciones con las agroindustrias necesitan de

argumentos y conocimientos que no son compartidos. La industria agroalimentaria debería ser más consciente de la importancia que tiene un mejor conocimiento del mercado, sobre todo en el caso de las pequeñas y medianas agroindustrias. Es por tanto necesario que las agroindustrias tengan una constante preocupación por los desarrollos de los mercados y las herramientas adecuadas para una comercialización agresiva de sus productos.

Las nuevas reglas sobre comercio internacional y las que puedan implantarse en los próximos años van a propiciar que muchos países, en vías de desarrollo, puedan colocar sus productos en España. La abundancia de recursos naturales y los bajos costes laborales serán sus principales armas para competir. Frente a esta situación, la industria agroalimentaria española tiene que buscar la vía de la diferenciación de los productos. Para ello será necesario tener una mayor consideración a las inversiones en investigación, desarrollo e innovación. Esto supone un cambio en la mentalidad de muchos empresarios que no hacen todavía el esfuerzo necesario.

La industria agroalimentaria tiene sus futuros retos en la creación de mayor valor añadido atendiendo los requisitos de calidad exigida y, en el aumento de las exportaciones, sobre a todo a áreas geográficas con mercados en expansión. La implantación de filiales y operaciones conjuntas con otros negocios en países extranjeros es el paso lógico a dar para un mayor fortalecimiento de los negocios establecidos ya en España.

REFERENCIAS

ABAD C., 1985. La industria alimentaria española. Caracterización de la concentración y la internacionalización de las mayores empresas. *Estudios sobre Consumo*, 6, 63-120.

ALBISU L.M., MEZA L., LAAJIMI A., 2000. Agro-food industries competitiveness according to the products sold in the market. *Medit*, 2, 2-7.

ALBISU L.M., CORCORAN K., 2001. Agro-food business strategies for Origin Labelled Products. *Agrarwirtschaft*, 6(8)

ALBISU L.M., GRACIA A., 2003. La industria agroalimentaria española y los nuevos mercados de la Europa del Este. *Economía Industrial*, 344, 99-110.

ALBISU L.M., GRACIA A., SANJUÁN A.I., 2004. La industria agroalimentaria en el Valle del Ebro. *Gobierno de Aragón*.

AMEUR M., GRACIA A., 2004. Análisis de la decisión de exportar de las empresas agroalimentarias españolas: una aproximación con datos macroeconómicos. *Estudios de Economía Aplicada*, 22(1), 155-177.

BOLETÍN DEL ICE, 2004. Comercio exterior 2003-2004. *Boletín Económico del ICE*, 2811, 77-94.

CRUZ J.C., LUCENA B., MENDEZ M.A., CACERES F., 2004. Sistemas de certificación de la calidad en el sector agroalimentario español. *Distribución y Consumo*, 76, 23-39.

FERNÁNDEZ NÚÑEZ M.T., 2000. La industria agroalimentaria española ante la globalización. *Economía Industrial*, 333, 87-100.

FIAB, 2004. Informe económico de la industria alimentaria, 2003. Madrid.

- GALDEANO E., DE PABLO J., 1996. La distribución alimentaria europea. Situación actual e influencia en las organizaciones de agricultores para la comercialización. Referencia especial al sector hortícola del sureste andaluz. Boletín Económico ICE, 2501, 17-25.
- GARCÍA M., BURNS J., 1999. Sources of Technological Development in the Spanish Food and Drink Industry. A "Supplier-Dominated" Industry?. *Agribusiness: An International Journal*, 15 (4), 431-448.
- GARCÍA M., BRIZ J., 2000. Innovation in the Spanish Food & Drink Industry. *International Food and Agribusiness Management Review* 3 (2000), 155-176.
- GARCÍA SANZ B., 2003. La industria agroalimentaria y el desarrollo rural. *Papeles de Economía Española*, 96, 96-111.
- GRACIA A., ALBISU L.M., 1999. El consumo de alimentos en España: Evolución y tendencia. *Revista Mexicana de Agronegocios*, III (5), 339-349.
- INE, varios años. Anuario de estadística. Madrid.
- INE, 1985. Encuesta Industrial de Empresas. Madrid.
- JIMÉNEZ D., JIMÉNEZ M.L., SÁNCHEZ M., SEGOVIA C., 2004. La distribución comercial minorista en la Europa de 15+10. *Distribución y Consumo*, 76, 5-20.
- JORDANA J., 1983. La industria alimentaria española. *Papeles de Economía Española*, 16, 189-202.
- JORDANA J., 2003. La investigación y el desarrollo tecnológico en el sector de la agroalimentario español. *Papeles de Economía Española*, 96, 79-95.
- LANGREO A., 2004. La industria alimentaria en las comunidades autónomas. Condiciones, tendencias y estrategias diferentes para un único mercado. *Distribución y Consumo*, 73, 5-37.
- LÓPEZ N., MONTES-PEÓN J.M., VÁZQUEZ-ORDAS C., 2003. Innovation in the Spanish food and beverage industry: an integrated approach. *International Journal of Biotechnology*, X (XXXX), 1-24.
- MAMAQUI X., MEZA L., ALBISU L.M., 2002. Factores que influyen en la competitividad y estrategias de las empresas agroindustriales en Aragón, España. *Agroalimentaria*, 14, 69-88.
- MAPA, 1987. El consumo alimentario en España. Madrid.
- MAPA, 2000. Cuadernos de información económica sobre la industria agroalimentaria, 2-2, 16-2 y 17-1.
- MAPA, 2003. Datos de la Denominaciones de Origen Protegidas e Indicaciones Geográficas Protegidas de Productos Agroalimentarios, año 2002.
- MAPA, 2004a. La alimentación en España. Madrid.
- MAPA, 2004b. El Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural. La agricultura del futuro: un compromiso de todos. (www.libroblancoagricultura.com/libroblanco/).
- MARTÍN C., VELÁZQUEZ F.J., 1996. Una estimación de la presencia de capital extranjero en la economía españolas y de algunas de sus consecuencias. *Papeles de Economía Española*, 66, 160-175.
- MATE J.M., 1996. La inversión directa española en el exterior. *Papeles de Economía Española*, 66, 220-234.
- MÉNDEZ R., SÁNCHEZ S., 2003. Crisis, reconversión e integración en Europa, 1975-2000. En NADAL J. (director). *Atlas de la industrialización de España, 1750-2000*. Fundación BBVA.
- MERCASA, 1986. MERCASA en el marco de la distribución española 1966-1986. Editado por la Empresa Nacional MERCASA. Madrid.

MERCASA, 2004. Alimentación en España: Producción, industria, distribución y consumo. MERCASA. Madrid.

POZO G., 1999. Las nuevas ayudas del FEOGA a la industria alimentaria. Eurocarne, 83, 117-119.

RODRÍGUEZ-ZÚÑIGA M., SORIA R., 1985. Caracterización de la industria agroalimentaria. Pensamiento Iberoamericano, 8, 263-278.

RODRÍGUEZ-ZÚÑIGA M., SORIA, R., 1989. Concentración e internacionalización de la industria agroalimentaria española: 1977-1987. Agricultura y Sociedad, 52, 65-94.