LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA ESPAÑOLA ANTE LA GLOBALIZACIÓN

MARÍA TERESA FERNÁNDEZ NÚÑEZ (*)
Universidad de Extremadura

La industria agroalimentaria (1) está considerada como una de las ramas de producción manufacturera de mayor importancia cuantitativa en los países desarrollados. Tomando 1996 como año de referencia, esta actividad económica suponía en la Unión Europea el 14,4 por 100 del valor añadido del conjunto de las manufacturas, en Estados Unidos el 13,7 por 100 y en Japón el 11,3 por 100 [Ferraro y Alvarez (2000)].

Para la economía española, según datos de la Encuesta Industrial, en 1998 el sector de Alimentos, bebidas y tabaco, en términos de valor añadido, se situaba tras el sector energético con un 14 por 100 del VAB industrial. Asimismo, era el que más empleo generaba, con un 15 por 100 de los ocupados en la industria; el que más cifra de negocios proporcionaba, el 19 por 100, y el segundo sector en cuanto al número de empresas, con un 16 por 100 de la totalidad existentes.

En nuestro país, hechos como los cambios acaecidos en los consumidores, más exigentes en calidad y en nuevos productos, el aumento en el poder de la distribución comercial dentro de la cadena alimentaria, la saturación (2) que parece caracterizar al mercado de la alimentación pero, especialmente, el entorno cada vez más competitivo en el que se desarrollan estas industrias como consecuencia del proceso de globalización de la economía en general, y en particular de la entrada de España en la Unión Económica y Monetaria, están condicionando, sobre todo, su actuación en los últimos años.

Con este trabajo se pretende examinar cómo han respondido las empresas agroalimentarias españolas a este cambio de escenario. Para ello se analiza, en primer lugar, el crecimiento de su producción así como su expansión en los mercados internacionales desde la integración de España en la Unión

Europea. Seguidamente, se estudian las claves de esta expansión, centrándonos especialmente en el examen de la evolución de la eficiencia productiva —medida en términos de productividad—, así como en la calidad que presentan nuestros productos. En una nueva sección tratamos una de las principales estrategias adoptadas por las empresas como consecuencia de la mayor competencia procedente del exterior, las operaciones de compraventa de empresas, examinando además los cambios habidos en la concentración de la oferta de esta actividad. Más adelante se analiza la relevancia del fenómeno de la internacionalización destacando de manera especial, el importante papel desempeñado por los capitales de naturaleza extranjera en este sector. Por último, el artículo concluye con un apartado de consideraciones finales.

CRECIMIENTO Y EXPANSIÓN COMERCIAL

La madurez del sector agroalimentario va ligada a su limitada capacidad de crecimiento, sobre todo en términos relativos, cuando se analiza su aportación al producto de las manufacturas. Así lo pone de manifiesto la evolución seguida por la contribución de esta industria al sector manufacturero español a lo largo de todo el período transcurrido desde el momento de la Adhesión de España a la CEE, medida tanto en términos de valor añadido como de empleo.

No obstante, como se aprecia en el cuadro 1, en este transcurso de tiempo, sólo los primeros años de los noventa marcan una inflexión en la pérdida de relevancia de este sector, ya que a finales de esta década su participación es, si cabe, algo inferior a la presentada a comienzos de la segunda mitad de los ochenta.

Si se examina con más rigor la evolución descrita a través del gráfico 1, se contempla que las industrias alimentarias muestran un perfil evolutivo más atemperado respecto al ciclo de la economía, es decir, ofrecen un menor ritmo de crecimiento frente a las manufacturas en las fases expansivas y un mejor comportamiento en las fases recesivas. La menor sensibilidad de estas industrias a las etapas deprimidas se debe a que abarcan productos cuya demanda no está sujeta a la coyuntura, esto es, incluye artículos de primera necesidad y de baja elasticidad renta.

Un panorama más extenso y completo del crecimiento de la industria se obtiene cuando se contrasta con el de las economías comunitarias. En este sentido, como se aprecia en el cuadro 2, desde 1985 hasta 1995 la industria agroalimentaria española ha crecido más rápidamente en España que en ningún otro país de los ahí considerados, tanto en términos de valor añadido como de empleo: el peso de esta industria en el valor añadido de los que presentan estos socios comunitarios se ha incrementado casi dos puntos porcentuales, porcentaje un punto superior al experimentado por el empleo. Estos datos son muy positivos y reveladores de nuestras ganancias competitivas, sobre todo frente a economías con más importancia agroalimentaria en la UE, como la alemana, que ha visto reducida casi en cuatro puntos porcentuales su participación en el VAB comunitario.

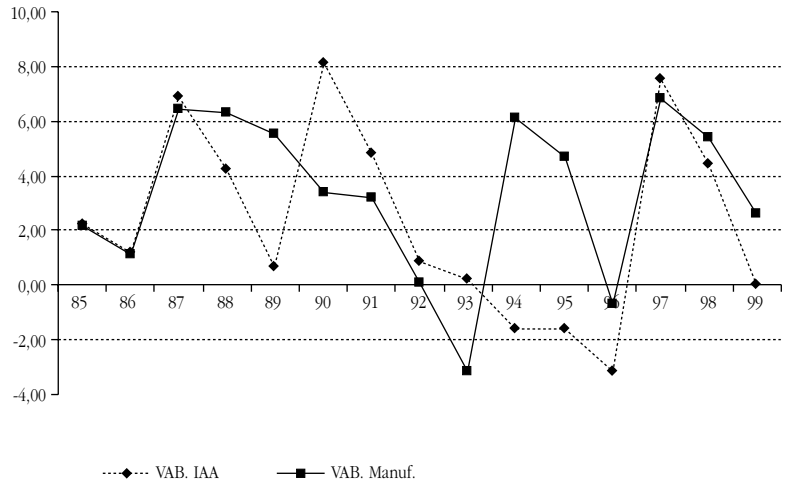
Sin embargo, también debe señalarse que tras la incorporación de España a la Comunidad la industria agroalimentaria ha dado muestras de ciertas debilidades competitivas, ya que acostumbrada a obtener una producción suficiente

CUADRO 1
IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EL SECTOR MANUFACTURERO ESPAÑOL, 1985-1999
(Participación porcentual)

Magnitudes	1985	1987	1989	1991	1993	1995	1997	1999
VAB a precios corrientes	18,87	20,04	19,21	20,26	22,34	20,09	19,96	19,41
VAB a precios de 1990	18,75	19,97	18,97	20,36	21,54	19,19	18,50	17,86
Empleo	16,11	15,69	15,60	15,47	16,84	16,10	15,28	14,35

FUENTE: Elaboración propia con datos de RUÍZ CÉSPEDES (2000) e INE.

GRÁFICO 1
CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA, 1985-1999
(Tasas anuales de variación)



FUENTE: Elaboración propia con datos de RUÍZ CÉSPEDES (2000) e INE.

como para abastecer a su demanda nacional, esta relación se ha ido deteriorando registrando, desde entonces, las importaciones un crecimiento muy superior a las exportaciones, impidiendo así alcanzar el equilibrio exterior (gráfico 2).

La creciente apertura del mercado nacional a la competencia externa y la progresiva liberalización del comercio mundial han supuesto, por consiguiente, un importante desafío para las industrias. Por ello, lo interesante es conocer cómo han afrontado las empresas agroalimentarias españolas esta mayor presión competitiva. Una respuesta a esta cuestión la hallamos cuando examinamos la evolución que han seguido las cuotas de mercado de estas industrias.

En este sentido se puede afirmar que al mismo tiempo que las empresas españolas están perdiendo cuota en el mercado nacional a favor de los proveedores foráneos, por otro lado la están ganando en los mercados exteriores. Esto es así porque, como pone de manifiesto el gráfico 3, en términos agregados, la proporción de la demanda interna, medida como consumo aparente, que se abastece con productos importados se ha multiplicado casi por tres veces desde 1985 a 1999, pasando de un 6,4 por 100 a un 18,3 (3).

No obstante, esta cifra es muy baja si la comparamos con el 40 por 100 que como media ofrece la industria, lo cual es indicativo de la arraigada orientación de la producción agroalimentaria española hacia los mercados nacionales, o de otro modo, de su menor tasa de exposición a la competencia externa, consecuencia de las importantes barreras protectoras a las que se han visto sometidos los mercados interiores.

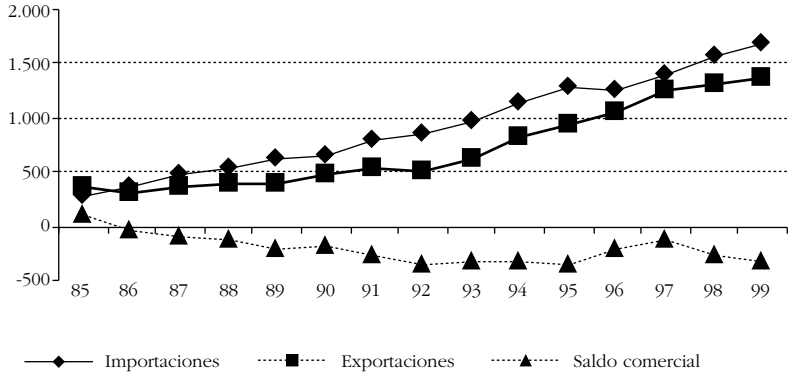
Ante esta pérdida de mercado nacional, las empresas domésticas han respondido orientando su producción hacia los mercados exteriores, especialmente las de mayor dimensión puesto que el tamaño es una variable determinante en esta actuación empresarial (4). Pero esta estrategia cuando verdaderamente empieza a ser notoria es en la década de los noventa, ya que en la segunda mitad de los ochenta la propensión a

CUADRO 2
PARTICIPACIÓN DE CADA PAÍS EN EL VAB Y EN EL EMPLEO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO DE LA UE, 1980-1995

Países	VAB a precios de 1990 (millones ecus ctes.)				Empleo (miles de personas)			
	1980	1985	1990	1995	1980	1985	1990	1995
Alemania	27,46	26,19	24,05	22,46	24,79	24,94	24,47	24,96
Bélgica	3,02	3,13	3,09	3,14	3,14	3,22	3,11	3,20
Dinamarca	2,00	2,29	2,32	2,24	2,56	2,96	2,75	2,82
España	9,57	10,52	11,22	12,47	11,99	12,19	13,40	13,80
Francia	17,91	17,89	17,34	17,54	16,49	18,23	17,86	17,79
Holanda	4,30	4,41	4,62	4,99	4,93	4,93	4,89	4,95
Italia	12,14	12,17	13,41	13,63	12,49	11,99	11,78	11,60
Luxemburgo	0,07	0,10	0,11	0,10	0,10	0,11	0,11	0,12
Portugal	1,66	1,60	2,32	2,03	3,57	3,73	4,18	4,10
Reino Unido	21,87	21,70	21,53	21,40	19,93	17,70	17,47	16,65
UE-10	100	100	100	100	100	100	100	100

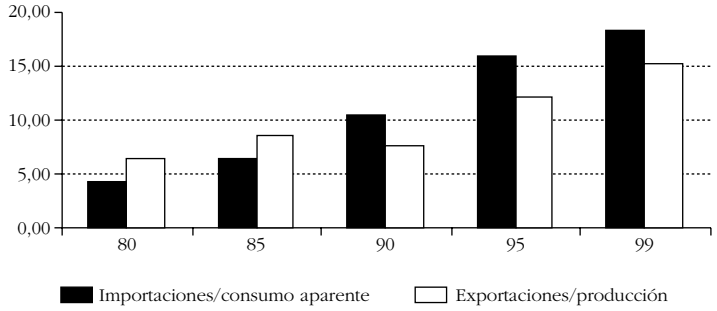
FUENTE: Elaboración propia con datos de ÁLVAREZ LÓPEZ y GARCÍA GRANDE (1998).

GRÁFICO 2
EVOLUCIÓN DEL COMERCIO AGROALIMENTARIO (Miles de millones de pesetas)



FUENTE: Elaboración propia con datos de RUÍZ CÉSPEDES (2000) e INE.

GRÁFICO 3
APERTURA COMERCIAL EXTERIOR DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA ESPAÑOLA



FUENTE: Elaboración propia con datos de RUÍZ CÉSPEDES (2000) e INE.

exportar de las empresas agroalimentarias sufre un retroceso, alcanzando niveles similares a los mostrados un quinquenio antes de la apertura. Esto se justifica, por una parte, por el fuerte impulso de la demanda interna tras la entrada de España en la CEE; y por otra, por la fortaleza de la peseta. No obstante, en estas dos últimas décadas, su propensión exportadora se ha duplicado, pasando de un 6,4 por 100 en 1980 a un 15,3 por 100 en 1999 (5).

Por otro lado, estas industrias han mejorado sensiblemente su participación en las exportaciones comunitarias como así lo revela el hecho de que mientras en 1985 esta cuota fue de un 3,54 por 100, en 1996 pasó a ser de 6,15 por 100 —cuadro 3— afianzando, aún más, la evidencia de la mejora competitiva en nuestras empresas y no viéndose afectado este aumento por la desaceleración que sufren las exportaciones españolas en la segunda mitad de los ochenta. Los sectores que más han incrementado su participación en las exportaciones comunitarias han sido «Conservas de pescado» y «Productos de molinería».

En síntesis, se puede afirmar que la industria agroalimentaria ha crecido en términos de producción real desde 1985 hasta 1999, aunque a tasas más moderadas que el conjunto de las manufacturas, con una media anual del 2,9 por 100 frente a un 3,3 por 100, dando muestras de ciertas debilidades competitivas que le han impedido alcanzar el equilibrio exterior. Pero a pesar de ello, ha experimentando un crecimiento superior al de la media comunitaria, impulsado por el comportamiento de la demanda, tanto interna como externa, lo que le ha permitido aumentar su peso relativo en el conjunto europeo.

Además buena parte de las empresas agroalimentarias españolas han afrontado el último y más intenso proceso de apertura exterior, como el resto de las manufacturas, optando por la vía de la exportación, convirtiéndose esta estrategia en un requisito necesario para su crecimiento, aunque no en el único como posteriormente se argumentará. Conviene por tanto detenerse en los factores determinantes de este crecimiento.

CUADRO 3
EXPORTACIONES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO ESPAÑOL RESPECTO LA UNIÓN EUROPEA

Actividades (*)	1985	1990	1995	1996
Aceites y grasas	11,39	15,67	11,09	14,26
Industria cárnica	0,38	2,14	3,96	5,04
Industrias lácteas	0,10	1,45	2,10	2,31
Conservas vegetales	13,36	13,28	12,26	12,39
Conservas de pescado	8,71	10,32	15,06	15,80
Molinería	3,57	7,29	10,75	9,06
Pastas alimenticias y pdtos,amiláceos	0,68	1,44	2,17	2,24
Pan, bollería, pastelería y galletas	0,87	2,16	4,78	5,23
Azúcar	0,48	1,72	2,94	4,45
Cacao, chocolate y pdtos,confitería	2,71	4,04	5,48	5,44
Productos alimentación animal	0,67	1,22	2,54	2,83
Productos alimenticios diversos	1,33	2,69	2,88	3,57
Elaboración de alcoholes	2,06	2,32	2,19	2,75
Vinos	8,72	9,28	11,59	12,26
Sidras	9,40	6,28	4,42	4,33
Cervezas	0,35	1,50	1,83	1,98
Bebidas analcohólicas	0,53	3,00	5,83	5,29
Tabaco	0,12	0,82	2,51	2,39
Industria agroalimentaria	3,54	4,58	5,48	6,15

(*) Desagregación sectorial de la industria agroalimentaria según la CNAE'74
FUENTE: Elaboración propia con datos de Eurostat.

EFICIENCIA PRODUCTIVA

Corresponde ahora analizar en qué medida la notable capacidad competitiva de la industria alimentaria española una vez incorporada a la Unión Europea, creciendo más rápidamente que las economías europeas, está condicionada por su eficiencia productiva, siendo un buen indicador de ella la productividad del trabajo [Myro y Gandoy (1999)].

Considerado en conjunto el período que va desde 1985 hasta 1999, esta industria ha mejorado la productividad del trabajo (6) que, situada en todo momento por encima de la media de las manufacturas, ha experimentado un crecimiento superior. Es precisamente esta mayor eficiencia productiva la que ha garantizado el aumento de la producción alimentaria, puesto que el volumen de empleos en este sector apenas ha sufrido modificaciones, mostrando productividad y valor añadido perfiles evolutivos similares —gráfico 4—.

Sin embargo, a lo largo de estos 15 años, el crecimiento no ha sido constante, sino que pueden apreciarse dos etapas bien diferenciadas: la primera, que abarca hasta 1992, caracterizada por un crecimiento acelerado con una inflexión en 1989; y la segunda, a partir de 1993, presidida por un importante empeoramiento que la hace retroceder hasta los niveles conseguidos a principios de esta década, como consecuencia del parón que sufre el proceso de inversión en inmovilizado material tras el fuerte impulso que protagonizó en los años ochenta (7), aunque si bien a finales de siglo se ha apreciado una ligera recuperación.

El deterioro de la eficiencia productiva en la década de los noventa, sobre todo en sus años centrales, es también apreciable en las grandes empresas del sector, las líderes. Una aproximación a esta cuestión se obtiene cuantificando la relación entre el peso relativo que representan las cuatro primeras empresas del sector en las ventas y en el empleo, es decir el cociente entre la ratio CR4 sobre ventas y CR4 sobre empleo (8).

Así, mientras que el indicador mencionado se situaba en un valor de 1,5 en 1993,

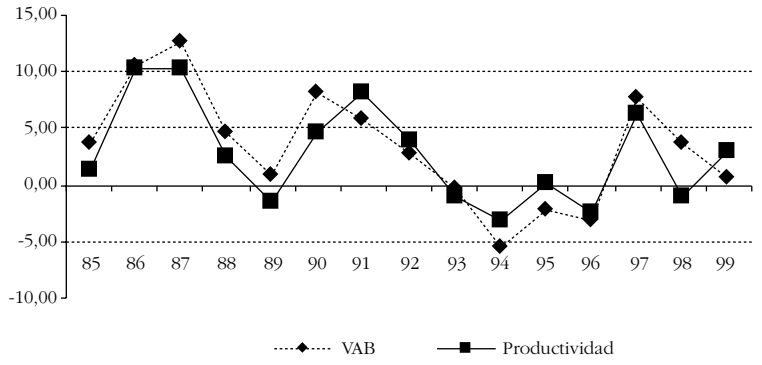
en 1997 ha pasado a 1,3, lo que parece reflejar que la productividad del trabajo empleado que como media obtenían las cuatro primeras empresas agroalimentarias se ha deteriorado, acercándose a la media de las empresas que intervienen en la agroindustria (9); además, este lento retroceso puede significar que no se ha producido una afirmación de sus condiciones de liderazgo.

Sin embargo, como se pone de manifiesto en el gráfico 5, la eficiencia relativa de las empresas líderes no tuvo el mismo comportamiento en todas las ramas económicas que la configuran, destacando, especialmente, la ganancia lograda en «Aceites y grasas», que se incrementó en un 80 por 100 y la conseguida en «Pan, galletas y productos de panadería y pastelería». Las pérdidas más notables se registraron en las ramas de «Conservas de pescado», «Azúcar, cacao y chocolate y «Molinería, almidones y productos amiláceos«.

Este retroceso en el rendimiento del trabajador ha tenido también sus repercusiones en los beneficios empresariales, ya que desde comienzos de los noventa se han deteriorado, puesto que los márgenes precio-coste (10) en esta industria se han reducido en más de dos puntos porcentuales entre 1993 y 1998, marcando en este caso la excepción «Aceites y grasas» e »Industrias cárnicas». A este recorte en los beneficios ha contribuido, asimismo, la tendencia alcista de los costes laborales unitarios, que siguiendo los datos de Ruíz Céspedes (2000) ha sido la consecuencia de un aumento de los salarios superior al avance de la productividad.

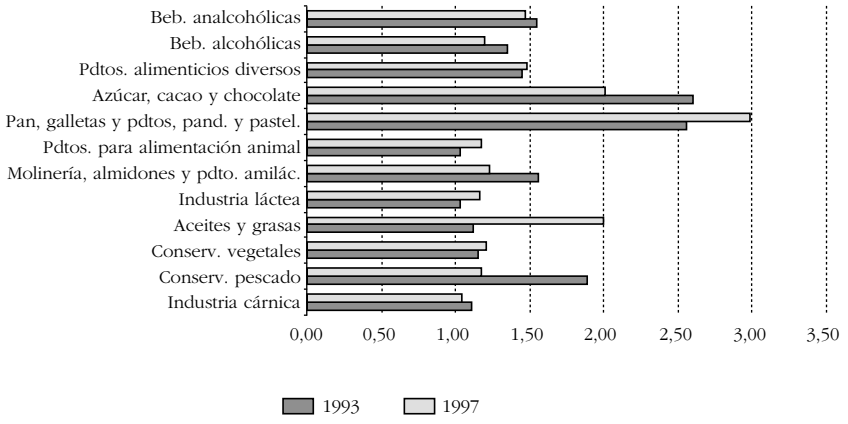
Por otra parte, en términos comparados con los restantes países comunitarios, la productividad también se ha mejorado sensiblemente, como refleja el cuadro 4, diferenciándose de nuevo dos etapas: los años posteriores a la integración que, pese al avance conseguido por la productividad en España, se produce un distanciamiento respecto a la media europea, revelador de que en estos años expansivos el ritmo de crecimiento de la productividad media comunitaria es superior al de nuestro país; y, la primera mitad de los noventa, caracterizada por un importante acercamiento, indicativo

GRÁFICO 4
VAB Y PRODUCTIVIDAD EN LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA, 1985-1999
(Tasas anuales de variación)



FUENTE: Elaboración propia con datos de RUÍZ CÉSPEDES (2000) e INE.

GRÁFICO 5
EFICIENCIA RELATIVA DE LAS EMPRESAS LÍDERES
(Ratio CR4 sobre ventas/CR4 sobre empleo)



FUENTE: Elaboración propia con datos de ALIMARKET y la Encuesta Industrial de Empresas (INE).

CUADRO 4
PRODUCTIVIDAD RELATIVA DEL SECTOR AGROALIMENTARIO EN LOS PAÍSES DE LA UE, 1980-1996 (UE=100)

	1980	1985	1990	1995
Alemania	110,76	105,01	98,30	89,98
Bélgica	96,08	97,07	99,31	98,20
Dinamarca	77,93	77,23	84,48	79,50
España	79,86	86,32	83,73	90,34
Francia	108,59	98,13	97,12	98,57
Holanda	87,32	89,60	94,60	100,64
Italia	97,21	101,47	113,79	117,47
Luxemburgo	70,97	91,74	97,41	84,14
Portugal	46,33	43,07	55,50	49,65
Reino Unido	109,74	122,57	123,24	128,51
UE-10	100,00	100,00	100,00	100,00

FUENTE: Elaboración propia con datos de Eurostat y ÁLVAREZ LÓPEZ y GARCÍA GRANDE (1998).

CUADRO 5
COMERCIO INTRAINDUSTRIAL Y SUS COMPONENTES PARA LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA ESPAÑOLA
(Datos en porcentaje del comercio para 1996) (*)

	Comercio intraindustrial (CII)		CII vertical		CII horizontal	
	% del comercio	Variación 85-96	% del comercio	Variación 85-96	% del comercio	Variación 85-96
Intracomunitario	35,6	30,1	19,7	16,3	15,9	13,8
Extracomunitario	17,0	8,8	13,3	6,4	3,7	2,4

(*) NOTA: La variación 85-96 mide el aumento de puntos porcentuales del comercio intraindustrial entre los años extremos delperíodo.
FUENTE: Elaboración propia con datos de DÍAZ MORA, C. (2000).

de una caída significativa de la Unión Europea frente a España.

No obstante, a pesar de este proceso de convergencia, nuestra agroindustria aún sigue mostrando una eficiencia inferior, y lo más importante, alejada de la que presentan los Estados Miembros con más potencial agroalimentario (11). Sin embargo, como ya hemos señalado en la sección anterior, este hecho no ha impedido que el peso de esta industria en la Unión Europea haya continuado aumentando. Ello se debe, en primer lugar, a que España ha compensado esa menor productividad del trabajo con unos salarios también menores, lo que le ha permitido adquirir importantes ventajas en costes laborales unitarios, situados a niveles inferiores a los de países como Alemania y Francia, aunque sensiblemente superiores a los del Reino Unido (12).

Además, conviene señalar que esta ventaja salarial se ha acrecentado por el impacto de las devaluaciones de la peseta acaecidas en el bienio 92 y 93 [Myro y Gandoy (1999)]. Asimismo, tras ellas se ha producido un abaratamiento de los precios de exportación en moneda extranjera, que ha tenido su reflejo en una mejora de la propensión exportadora de las empresas, o de otro modo, ha permitido progresar en la participación de nuestras ventas en los mercados internacionales, ya que estas variaciones en la valoración de la moneda española no se han trasladado íntegramente a unos mayores precios de exportación en pesetas; de lo contrario, se hubieran podido conseguir ganancias en los márgenes empresariales. Por último, una tercera razón, como seguidamente se argumentará, la relacionamos con la vertiente cualitativa de los productos agroalimentarios.

CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

Durante el período posterior a la integración de España en la Unión Europea, el comercio exterior de productos agroalimentarios ha experimentado cambios sustanciales. Desagregando el comercio por áreas geográficas, la importancia relativa del comercio intracomunitario se ha acrecentado de manera notable, sobre todo, en la vertiente de las compras, impulsado por la reducción de las barreras arancelarias.

Atendiendo a los componentes del comercio —comercio intersectorial y comercio intrasectorial—, y siguiendo los cálculos de Díaz Mora (1999), entre 1985 y 1996 en el sector de la alimentación se han intensificado los intercambios comerciales de naturaleza intraindustrial (13), resultando especialmente significativo su avance en el marco comunitario, puesto que han experimentado un crecimiento de 30 puntos porcentuales frente a un aumento de 9 puntos en los realizados con terceros países (Cuadro 5).

Aún siendo esta actividad manufacturera la que más ha incrementado sus flujos intraindustriales en este período, sigue existiendo un predominio de los intercambios de carácter intersectorial (14). Este resultado no debería extrañar dado que la industria agroalimentaria, caracterizada por un alto grado de estandarización de los productos y una baja tasa de exposición a la competencia exterior, es previsible que tenga menores posibilidades para desarrollar un comercio de naturaleza intraindustrial que otra con mayor dinamismo en los mercados y requerimientos tecnológicos [Díaz Mora (2000)]. No obstante, conviene señalar que aunque una parte de la ventaja comercial española todavía gravita en este sector, tras la integración en la UE, ha mostrado en sus intercambios con los países comunitarios una ventaja comparativa decreciente mientras que en sus relaciones comerciales con el resto del mundo ha pasado de una desventaja comparativa a una posición comercial favorable (15).

Respecto a los intercambios intraindustriales se puede afirmar que son mayoritariamente de naturaleza vertical —cuadro5—, especialmente con terceros países, aunque la diferenciación horizontal ha conseguido reducir algo ese liderazgo, es decir, que la evolución de los flujos verticales ha seguido una tendencia descendente motivada por la reducción de las diferencias en calidad de los bienes recibidos del exterior frente a los enviados a los mercados extranjeros. Así, en 1985 los intercambios de productos de diferente calidad representaban el 62 por 100 y 85 por 100 del comercio intraindustrial en los mercados comunitarios y no comunitarios, respectivamente; en 1996 esa participación se reduce a un 55 por 100 y 78 por 100.

Por otra parte, conviene señalar que aunque la integración ha impulsado el intercambio de variedades de productos alimenticios con características y calidades similares, en el ámbito comunitario se ha afianzado la especialización comercial en el tramo de productos de inferior calidad, mientras que a nivel extracomunitario, se ha mantenido la preferencia por la variante de alta calidad.

Así, tal y como refleja el cuadro 6, a mitad de los años ochenta, en el comer-

cio intraindustrial agroalimentario que nuestro país realizaba con el resto de socios europeos, se imponían los bienes de superior calidad y el 29 por 100 de las exportaciones españolas eran de calidad inferior a la de las importaciones recibidas, mientras que en 1996 esa proporción se incrementa hasta el 35 por 100, relegando a un segundo plano a los productos de gama alta.

Sin embargo, en el comercio extracomunitario no ha habido grandes cambios en estos once años transcurridos puesto que prácticamente la mitad de las exportaciones españolas siguen siendo de superior calidad a la de las importaciones recibidas, apreciándose, si cabe, el mayor impulso del componente horizontal en el comercio intraindustrial en detrimento del vertical, tanto de alta como de baja calidad.

Como conclusión de lo expuesto en este apartado puede afirmarse que, tras el proceso de integración europea y ante la fuerte presión competitiva, los estándares de calidad de las exportaciones de productos agroalimentarios españoles se han aproximado a los de los productos importados, reflejado en un mayor crecimiento del comercio intraindustrial de tipo horizontal.

No obstante, ello no ha evitado que en los intercambios con los países comunitarios, que suponen la mayor parte de los realizados —dos terceras partes del comercio—, y a diferencia de los mantenidos con el resto del mundo, se haya producido una importante especialización relativa en el segmento de calidad inferior. Por consiguiente, las ganancias competitivas de la indutria española frente a la europea, plasmadas en un crecimiento más rápido, han estado amparadas en unos precios más bajos de nuestros productos, fruto no sólo de una importante ventaja salarial, sino también de unos niveles de calidad inferior.

REESTRUCTURACIÓN EMPRESARIAL

Detrás del avance protagonizado por la productividad aparente del trabajo y de los cambios acaecidos en la calidad de los productos agroalimentarios ha habido un importante replanteamiento en las estrategias empresariales, proceso que además, se ha visto favorecido por la necesidad de ampliar la extensión de los mercados o de penetrar en otros nuevos.

Una de las vías más importantes de esta reestructuración han sido las operaciones de compra-venta de empresas. En este sentido cabe señalar que desde el ingreso de España en la CEE el sector de la alimentación se ha convertido en uno de los principales protagonistas en este tipo de actuaciones [Martínez y Sanchís (1992); Fariñas y Jaumandreu (1999)]. No obstante, según las estimaciones de Alimarket, se puede afirmar que la intensidad de estas actividades de concentración se ha reducido en esta última década, tal y como refleja el gráfico 6.

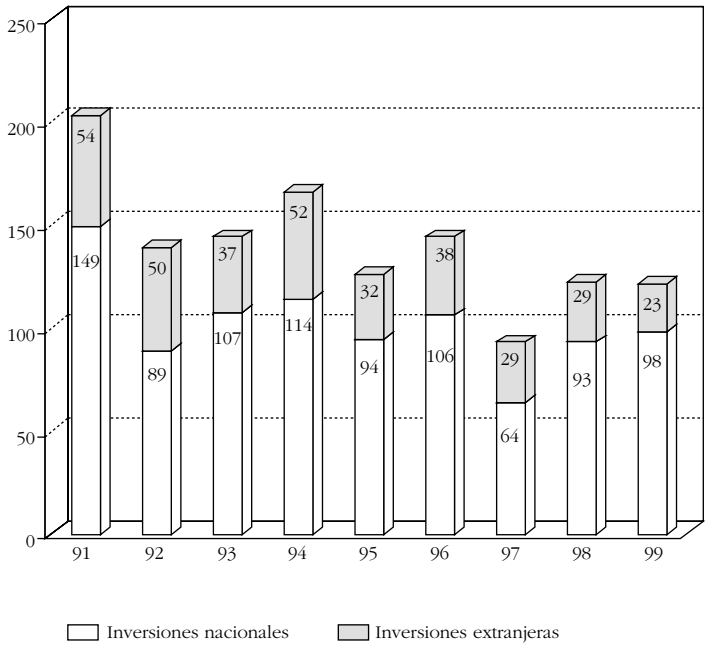
Tomando como referencia el trabajo de Martínez y Sanchís (1992), relativo a las fusiones y adquisiciones en el sector agroalimentario en el período 1986-1990, y siguiendo las valoraciones de Alimarket para los años posteriores, a pesar de esta caída observada en los noventa, no

CUADRO 6
COMERCIO INTRAINDUSTRIAL VERTICAL EN LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA ESPAÑOLA POR SEGMENTOS DE CALIDAD
(% del comercio intraindustrial)

Años	Intracomunitario		Extracomunitario	
	Alta calidad	Baja calidad	Alta calidad	Baja calidad
1985	32,7	29,1	54,9	29,2
1996	20,0	35,3	51,2	27,0

FUENTE: Elaboración propia con datos de DÍAZ MORA, C. (2000).

GRÁFICO 6
EVOLUCIÓN DE LA COMPRA-VENTA DE EMPRESAS ALIMENTARIAS
(Número de operaciones según inversores)



FUENTE: ALIMARKET.

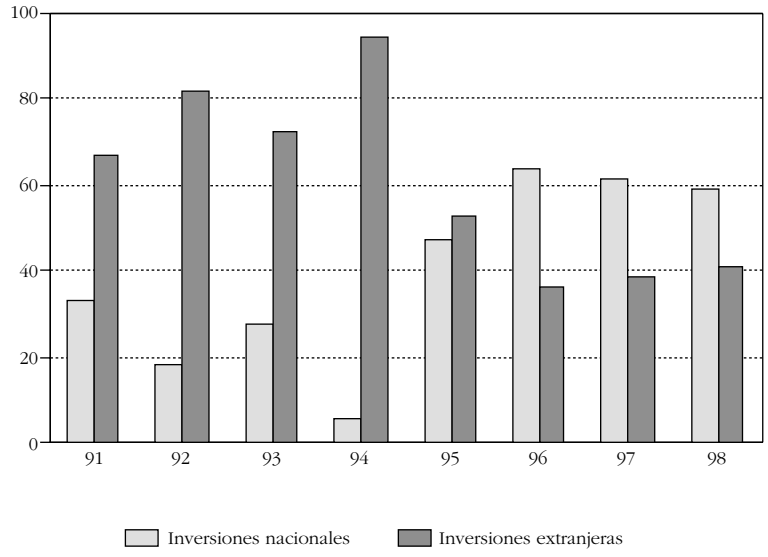
ha habido grandes cambios en los objetivos perseguidos por las empresas compradoras, ya que ha prevalecido su orientación por el control absoluto o mayoritario (16), persiguiendo con ello o bien explotar economías de escala o bien penetrar rápidamente en nuevos mercados.

Asimismo, aunque la venta de empresas ha sido un fenómeno generalizado en todas las ramas agroalimentarias, apenas se han modificados las actividades que más operaciones han concentrado: en 1993, el mayor número de éstas se registraba en »Bebidas alcohólicas» (30 por 100), «Industria cárnica» (23 por 100) y «Productos alimenticios diversos» (19 por 100); en 1999 sigue concentrándose básicamente en las mismas actividades, «Industria cárnica» (24 por 100), «Productos alimenticios diversos» (18 por 100), «Conservas vegetales» (14 por 100) y «Bebidas alcohólicas» (13 por 100).

Si tenemos en cuenta la nacionalidad de las empresas alimentarias que han participado en este tipo de operaciones, las grandes protagonistas, sin duda alguna, han sido las de capital nacional ya que han estado presentes en un mayor número. Sin embargo, a pesar de ello, se puede decir que éstas se han orientado principalmente a la adquisición de empresas relativamente pequeñas, puesto que, hasta 1995, las cifras pagadas por las compras que los capitales extranjeros han realizado en nuestro país, con un menor peso relativo, han sido muy superiores a las inversiones realizadas por los capitales nacionales (gráfico 7).

Por otra parte, además de la caída en el volumen de operaciones de compra-venta registradas entre las empresas alimentarias en esta última década, también hay indicios de una parón en el proceso de concentración de la oferta de esta actividad industrial. Para confirmar este hecho, el cuadro 7 recoge el índice de concentración CR4, esto es la contribución porcentual de las cuatro mayores empresas a las ventas del sector. En él se puede apreciar que la cuota de mercado que acaparan estas empresas ha disminuido entre 1993 (17) y 1997, pasando de representar un 9 por 100 a un 7,82 por 100, alcanzando los valores más bajos de todas las manufacturas, tal y como corresponde a un sector con un bajo grado de exposición a la competencia externa [Myro y Ruíz (1999)].

GRÁFICO 7
DISTRIBUCIÓN DE LAS INVERSIONES REALIZADAS EN LAS OPERACIONES DE COMPRA-VENTA SEGÚN SU PROCEDENCIA



FUENTE: ALIMARKET.

CUADRO 7
CONCENTRACIÓN DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA (Cr4 sobre ventas. Porcentajes)

Sectores	1993	1997
Industria cárnica	10,68	10,67
Conserv. pescado	13,79	18,61
Conserv. vegetales	14,97	13,37
Aceites y grasas	27,49	25,42
Industria láctea	25,75	29,68
Molinería, almidones y productos amiláceos	29,82	32,31
Prod. para alimentación animal	20,03	17,94
Pan, galletas, panadería y pastelería	12,81	21,65
Azúcar, cacao y chocolate	46,99	39,13
Productos alimenticios diversos	33,43	28,70
Beb. alcohólicas	29,00	23,91
Beb. analcohólicas	43,73	47,77
Ind. alimentaria sin tabaco	9,28	7,82

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket y la Encuesta Industrial de Empresas (INE).

Sin embargo, a nivel subsectorial la agroindustria ofrece un perfil algo diferente, puesto que prácticamente la mitad de los subsectores que la conforman ha incrementado sensiblemente su ratio de concentración. Y son precisamente las actividades que acaparan el mayor número de operaciones de compra-venta las que han experimentado un mayor deterioro en los niveles de concentración, lo que parece confirmar asimismo, que este tipo de operaciones ha sido más relevante entre las empresas que ocupan una posición secundaria en los mercados, ya que de lo contrario, dado el carácter parcial de este índice (18), hubiese originado aumentos en el ratio de concentración. No obstante, se puede añadir que a la caída de esta ratio en las ramas de Conservas Vegetales y Productos Alimenticios Diversos también ha contribuido el mayor tamaño de su mercado (19).

Asimismo, en este cuadro se contempla que existen disparidades importantes en cuanto a los niveles que presentan las diferentes ramas agroalimentarias, y, aunque no hay actividades que muestren una situación cercana al monopolio, sí hay algunas con estructuras de mercado próximas al oligopolio. Este es

el caso de «Bebidas analcohólicas», puesto que sus cuatros mayores empresas controlan casi la mitad de la oferta (20) y de «Azúcar, cacao y chocolate», con una cuota próxima al 40 por 100 (21). No obstante, se trata de industrias que no tienen una participación relativa importante en el conjunto del sector de la alimentación puesto que en términos de empleo absorben casi el 10 por 100 del total de ocupados y en valor añadido cifras cercanas al 13 por 100.

Por otra parte, conviene aclarar, que los ratios de concentración que ofrecen los distintos subsectores serían más altos si los mercados no fueran definidos de manera tan amplia, ya que, en muchas ocasiones, dada la heterogeneidad que caracteriza a la industria agroalimentaria, dentro de una misma rama están incluidos productos no competitivos ni sustitutivos entre sí (22).

Una mejor información sobre el funcionamiento de los mercados se obtiene a través del análisis de la estabilidad de las empresas que ocupan las posiciones líderes ya que aunque un sector presente un índice de concentración elevado, si existe una alta movilidad entre las empresas mejor posicionadas ello puede significar que se trata de un mercado muy competitivo [Scherer y Ross (1990)].

En este sentido, en la industria agroalimentaria en esta última década se han producido algunos cambios respecto a las empresas que se sitúan en la cúspide. A esta afirmación se llega tras comprobar que desde el año 1993 hasta 1997, el 30 por 100 de todas las empresas que han ocupado las cuatro primeras posiciones en cada uno de los subsectores se ha modificado, pero no ha habido cambios radicales en el liderazgo (23), ejercido en todo caso por empresas multinacionales.

Asimismo, si consideramos la participación relativa de las ventas de la empresa líder en la facturación conjunta de las cuatro primeras —cuadro 8— tampoco se observan grandes variaciones, destacando sólo por su descenso «Molinería, almidones y productos amiláceos», revelando así, que las distancias entre la primera empresa y sus inmediatas competidoras se están acortando cada vez más.

CUADRO 8
CUOTA DE LA EMPRESA LÍDER SOBRE LAS CUATRO PRIMERAS
(Porcentaje)

Sectores	Ventas		Empleo	
	1993	1997	1993	1997
Industria cárnica	38,78	38,18	45,5	39,5
Conserv. pescado	28,45	30,87	36,5	33,4
Conserv. vegetales	30,44	35,25	56,4	51,7
Aceites y grasas	28,55	40,78	53,4	31,9
Industria láctea	37,06	33,30	50,0	41,8
Molinería, almidones y pdtos. amilác.	52,27	44,09	44,4	35,0
Pdtos. para alimentación animal	33,09	40,07	29,0	31,9
Pan, galletas y pdtos. pand. y pastel.	38,92	44,78	56,2	46,0
Azúcar, cacao y chocolate	42,99	47,73	41,7	48,4
Pdtos. alimenticios diversos	60,30	60,70	57,5	57,8
Beb. alcohólicas	35,58	33,58	39,9	40,0
Beb. analcohólicas	34,42	34,35	30,8	33,8
Ind. alimentaria sin tabaco	31,29	31,56	30,4	33,3

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket y Encuesta Industria de Empresas (INE).

Por el contrario, en «Pan, galletas y productos de pastelería y panadería» y en «Aceites y grasas», aún con cambios en su cúspide, la principal empresa ha afirmado su posición de liderazgo, siendo de especial interés en esta última actividad, la caída de la cuota de empleo de la primera empresa frente al volumen de ocupados absorbido por las cuatro de mayor dimensión, lo que justifica la importante mejora de la eficiencia relativa de las empresas líderes en este subsector.

Al margen de todo esto se puede añadir, además, que el elevado poder de negociación de la distribución comercial, cada vez más concentrada, como resultado de la última oleada de fusiones, está teniendo también repercusiones en la actuación de estas empresas. Consecuencia de esta concentración está siendo la aparición de gran cantidad de marcas del distribuidor que compiten con las de las empresas que ocupan posiciones destacadas en los mercados, adquiriendo así, cada vez más importancia las pequeñas empresas y medianas —la inmensa mayoría de tejido productivo español— ya que, amparadas en la imagen comercial del distribuidor, buscan una vía para poder ampliar su producción y ganar cuota de mercado [Reig (1993)].

Por consiguiente, los productores deben tener en cuenta estos cambios que se están originando en el sector comercial con el fin de adaptar su producción y el marketing, puesto que el simple ahorro de costes de producción y las innovaciones no son suficientes para que las empresas puedan mantener sus márgenes ante la creciente competencia existente, siendo necesario por tanto, una posición dominante en el mercado, para lo cual, clave en el éxito, es el marketing.

A ello se une también la exigencia de una buena calidad en el producto ofertado puesto que la demanda de los consumidores está cada vez más atomizada, debido a la segmentación que se está produciendo en el mercado como consecuencia de los distintos perfiles de consumidores que se han ido generando con los nuevos estilos de vida, con el aumento de la población en edad avanzada y con las costumbres laborales de las familias jóvenes. Fruto de esta segmentación es la proliferación de productos y la existencia, por tanto, de mercados diferenciados, lo que justifica el importante esfuerzo inversor en publicidad que realiza este sector, por encima de la media industrial (24).

En este sentido, según datos de Alimarket, la media de gastos en publicidad se está incrementando, siendo más

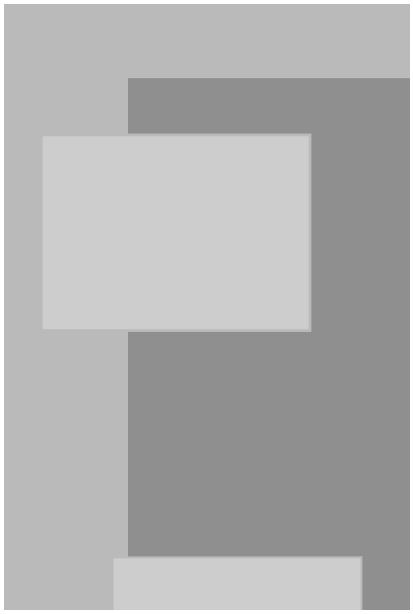
importantes estas inversiones en los productos de alimentación que en los de bebidas (25). Además conviene señalar que las que realizan un mayor esfuerzo publicitario son las empresas que lideran los mercados (26), lo cual hace pensar que las pequeñas y medianas requieren un esfuerzo adicional importante para poder lanzar nuevas marcas o mantener las existentes en los mercados.

Por esta razón muchas empresas, para aprovechar las economías de escala de las instalaciones ya disponibles, optan, bien por fabricar los productos con su propia marca o bien por fabricar los productos con la marca propia de las grandes cadenas de distribución alimentaria.

En síntesis, las empresas agroalimentarias, como una consecuencia de la creciente presión competitiva de los últimos años y ante la necesidad de penetrar en nuevos mercados, han optado por incrementar su tamaño y aprovechar las economías de escala por la vía de las fusiones y adquisiciones, permitiendo en algunos casos, aumentar la concentración de las ventas a nivel subsectorial.

Sin embargo, no se puede afirmar con rotundidad que este proceso haya supuesto una clara consolidación de la agroindustria, a pesar de estar ostentado el liderazgo de todos sus subsectores por empresas multinacionales, debido a que se han producido algunos cambios en las unidades de producción que ocupan las primeras posiciones en el ranking de ventas y lo más probable es que aún sigan produciéndose movimientos en el futuro, puesto que nuestros niveles de concentración todavía distan de los presentados por ejemplo por USA, donde la mayor parte de los subsectores agroalimentarios mostraban ya a finales de los años setenta CR4 superiores al 40 por 100 [Connor *et al*. (1985)].

Asimismo, otra alternativa elegida para ganar cuota de mercado, seguida especialmente por las empresas con posiciones no dominantes en los mercados, ha sido la de fabricar los productos con la marca del distribuidor comercial.



LA INTERNACIONALIZACIÓN

La oleada de fusiones y adquisiciones que ha protagonizado el sector de la alimentación en los últimos años ha atraído a numerosos capitales extranjeros, puesto como ya hemos señalado en el epígrafe anterior, las empresas de naturaleza foránea han desempeñado un papel relevante en las operaciones de compra venta realizadas entre las empresas de mayor tamaño.

En efecto, tras la entrada de España en la CEE, la industria agroalimentaria dentro de las manufacturas, es una de las actividades que más capitales foráneos ha atraído [Martín y Velázquez (1996); Martín y Maté (1997)], principalmente procedente de países comunitarios, destacando Holanda y Francia. También de EEUU deriva una parte nada despreciable de estos capitales.

Que el fenómeno de la internacionalización es muy relevante en esta actividad económica se demuestra, también, con el hecho de que las multinacionales en nuestro país concentran, desde 1994, la tercera parte de las ventas de las industrias agroalimentarias, manteniéndose prácticamente estable esta proporción desde entonces. Además en el ranking de las 50 mayores empresas en 1999, como se refleja en el cuadro 9, más de la mitad están participadas con capital extranjero y su facturación representa casi el 62 por 100 del total de las ventas, cifra que pone de manifiesto que las empresas foráneas gozan de una posición consolidada entre las líderes del sector.

Asimismo, estos datos son reveladores de que entre los objetivos de éstas han estado afianzar su peso en el volumen total de las ventas del estrato de las empresas con más dimensión y participar en el capital de las sociedades mejor posicionadas, estableciéndose siempre en las actividades con más potencial económico y en las empresas de mayor tamaño, con marcas ya consolidadas a nivel nacional.

No obstante, desde comienzos de los noventa se ha observado una inflexión en las tendencias de la inversión extranjera, ya que las empresas alimentarias penetradas con capitales foráneos están, no sólo cediendo cuota de mercado a las empresas nacionales, sino también perdiendo posiciones en el ranking de las 50 mayores empresas agroalimentarias: en 1992 la facturación correspondiente a las extranjeras (un número de 30) era ligeramente inferior al 70 por 100 de la ventas totales, en 1999 ese porcentaje (correspondiente a un número de 28) apenas supera el 60 por 100. Este hecho, no es sino la consecuencia del menor interés mostrado por las empresas extranjeras en las operaciones de compra venta de empresas a partir de la segunda mitad de los noventa, como ya hemos señalado anteriormente.

En el cuadro 10 se establece un listado de las principales empresas o grupos empresariales de producción alimentaria en los años 1992 y 1999. En él se puede apreciar como la importante presencia de las corporaciones mundiales es claramente mayoritaria en el ranking de las primeras empresas con respecto a las empresas de capital nacional.

Frente al importante papel desempeñado por el capital extranjero en la industria agroalimentaria el empresario español no se ha caracterizado por tener una actitud muy expansiva hacia el exterior, ya que ha estado acostumbrado a convivir con el mercado doméstico. A pesar

CUADRO 9
PARTICIPACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS Y GRUPOS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS EN 1992-1999, SEGÚN SU NÚMERO, SU CIFRA DE FACTURACIÓN Y SU FACTURACIÓN EN EL SECTOR

Empresas según ranking	Número de empresas				Facturación (%)				Facturación total sector (%)	
	Extranjero		Nacional		Extranjero		Nacional			
	1992	1999	1992	1999	1992	1999	1992	1999	1992	1999
Las 50 primeras	30	28	20	22	68,6	61,6	31,4	38,3	33,5	26,4
Las 100 primeras	52	48	48	52	62,9	55,9	37,1	44,1	44,1	37,3
Las 200 primeras	83	85	117	115	56,2	52,2	43,8	47,8	55,5	48,4
Las 300 primeras	110	104	190	196	53,0	48,2	47,0	51,8	62,3	55,1
Las 400 primeras	128	126	272	274	50,3	46,1	49,7	53,9	67,4	60,1
Las 500 primeras	142	143	358	357	48,3	44,3	51,7	55,7	71,5	63,9

FUENTE: Elaboración propia con datos de Alimarket.

CUADRO 10
RELACIÓN DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR ALIMENTARIO EN 1992 Y 1999

Año 1992		Año 1999	
Empresas	Sectores	Empresas	Sectores
Pedro Domecq, S.A. (grupo)	Licores	Azucarera Ebro Agrícolas, S.A. (grupo)	Aliment. varia
Sdad. Nestle Aepa (grupo)	Aliment.varia	Nestlé España, S.A. (grupo)	Aliment. varia
Cia. Serv.de Bebidas Refrescantes, S.L.	Refrescos	Cia. Serv.de Bebidas Refrescantes, S.L.	Refrescos
Ebro Agrícolas,Cia de Aliment. S.A.(grupo)	Azúcar	Agrolimen, S.A.	Holding
Unilever España, S.A.	Holding	Unilever España, S.A.	Holding
Agrolimen, S.A.	Holding	Campofrío Alimentación, S.A. (grupo)	Cárnicos
Danone, S.A.	Lácteos	Danone, S.A.	Lácteos
Grupo Cruzcampo, S.A.	Cerveza	Leche Pascual, S.A.	Láctios
Knorr Elorza, S.A. (KESA)	Refrescos	Domecq Holding, S.A.	Licores
Pepsi-Cola de España, S.A.	Refrescos	Cobega, S.A.	Refrescos
Agropecuaria de Guissona, S.C.L.	Piensos comp.	Cargill España, S.A.	Aceites
Elosua, S.A. (grupo)	Aceite	Koipe, S.A. (grupo)	Aceites
Corpor.Ibérica de Nutrición, S.A.	Piensos comp.	Coop. Orensanas, S.C.L.(COREN)	Piensos comp.
Leche Pascual, S.A.	Lácteos	Corp. Alimentaria Peñasanta,S.A.(CAPSA)	Lácteos
Cargill España, S.A.	Aceites	Moyresa, Molturación y Refino, S.A.	Aceites

FUENTE: Alimarket.

de ello, la globalización de los mercados está impulsando la inversión española en el exterior, adquiriendo verdadera importancia en esta última década, participando de ella hasta pequeñas y medianas empresas del sector. A este respecto, cabe añadir que dentro de las manufacturas (27), Alimentos, Bebidas y Tabaco es una de las actividades que más inversión directa en el exterior concentra. [Costa (1999) y Martín y Maté (1997)].

Según las estimaciones de Alimarket, las empresas alimentarias españolas que invierten fuera de nuestro país lo hacen preferentemente en el resto de Europa, principalmente países miembros de la UE, destacando por el volumen de inversión que absorbe Portugal, seguido en importancia por Países Bajos. Los sectores con más inversiones en los mercados exteriores son fabricación de productos de confitería, los pescados y mariscos congelados, los derivados cárnicos, los vinos y cavas, las conservas, los arroces y la pastelería industrial. Estas inversiones están impulsadas por la búsqueda de mercados de gran potencial y las llevan a cabo empresas de tamaño medio, ya consolidadas en el mercado español, con ventajas de propiedad basadas en su tecnología de producción y en la imagen de marca que compiten a través de la diferenciación del producto.

En síntesis, en la industria agroalimentaria la presencia de capitales de naturaleza extranjera ha sido clave para potenciar su desarrollo ya que estos han sabido posicionarse entre las empresas líderes del sector; sin embargo su facturación se mantiene prácticamente estancada desde 1994 y además sus ventas, entre las principales empresas, ha descendido en esta década, a favor de las de capital nacional. Esto es fruto de la mayor dimensión que están alcanzando estas últimas tras las grandes inversiones acometidas en las operaciones de compra-venta, principalmente desde la segunda mitad de los noventa. No obstante hay que añadir también que pese a la escasa presencia de empresas españolas en el exterior, vía inversiones directas, esta ha mejorado desde el ingreso de España a la UE.

CONSIDERACIONES FINALES

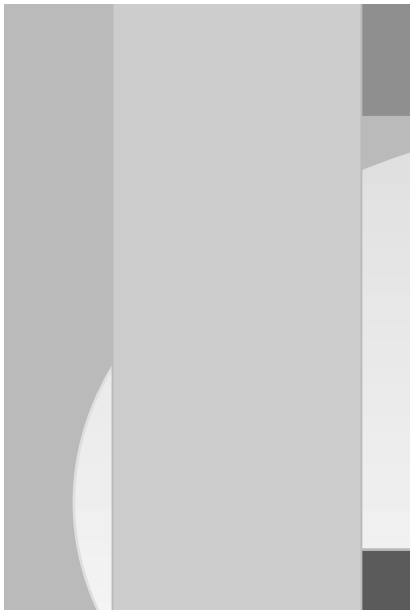
El intenso proceso de apertura a la competencia exterior iniciado con la incor-

poración de España a la CEE en la segunda mitad de los ochenta y la progresiva liberalización del comercio mundial tras los acuerdos del GATT, no han impedido a la industria agroalimentaria española mostrar una notable capacidad de crecimiento y expansión comercial internacional.

Las fuerzas determinantes de esta expansión internacional están asociadas a las ganancias logradas en la productividad del trabajo, a las ventajas salariales y a unos precios más bajos. A ello se puede decir que también ha contribuido la reestructuración empresarial, principalmente vía fusiones y adquisiciones, lo que ha permitido no sólo incrementar el tamaño de sus empresas sino también aprovechar las economías de escala y afirmar la posición de un conjunto de líderes. Asimismo, la presencia de capitales extranjeros en este sector ha desempeñado un papel destacado en su crecimiento, ya que éstos han tendido a concentrarse en las actividades con más potencial económico y en el estrato de las empresas más grandes, absorbiendo así una cuota importante del mercado.

No obstante, la capacidad de crecimiento de esta industria puede verse limitada en un futuro debido a las importantes debilidades competitivas que presentan, reflejadas en el déficit de su comercio exterior y que se pueden acrecentar aún más ya que la competitividad en Europa será difícil de sostener con una especialización en productos de una baja calidad, puesto que los países del Este, que son grandes competidores en este segmento de calidad, tienen ventajas comparativas frente a España, como consecuencia de sus menores costes laborales relativos.

Asimismo, para mantener en un futuro sus ventajas competitivas, se requiere un gran esfuerzo inversor, pero no sólo en capital empresarial para mejorar la productividad aparente del trabajo y la calidad de los productos, sino también, en inversiones directas en el exterior, dada la escasa presencia de multinacionales con sede en España, para lo cual será necesario aumentar el tamaño de nuestras empresas debido a la gran distancia que las separa de las comunitarias, sobre



todo si tenemos en cuenta que en el ranking de las mayores empresas agroalimentarias que operan en la Unión Europea, no se encuentra ninguna de capital español, existiendo un claro predominio de las de capital británico.

(*) Agradezco los comentarios de Rafael Myro.

NOTAS

(1) Los términos «industria agroalimentaria», «industria alimentaria», o «agroindustria» son equivalentes y coinciden con el sector de Alimentos, bebidas y tabaco, que a efectos estadísticos engloba las actividades incluidas en las Divisiones 15 y 16 de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas actualmente vigente en España (CNAE'93).
(2) Se habla de saturación en términos de la cantidad de alimentos que se adquiere ya que prácticamente se ha estabilizado la proporción del gasto destinado a ellos desde comienzos de la década de los noventa. No obstante, la mejora en la calidad media de los productos agroalimentarios y su mayor grado de elaboración ha permitido la expansión del consumo en términos de gastos, realizándose una cuarta parte de los mismos fuera del hogar
(3) A este respecto se puede añadir que los productos que más se compran en el exterior son los derivados del pescado, los considerados como otros productos alimenticios y los aceites y grasas, según los resultados obtenidos de la explotación de la base de datos COMEXT (Eurostat) y teniendo en cuenta la anterior clasificación nacional de actividades económicas vigente hasta 1993 (CNAE'74).
(4) En 1998, siguiendo los datos proporcionados por la Encuesta sobre Estrategias Empresariales, aproximadamente la mitad de las empresas agroalimentarias con menos de 200 trabajadores realizaban exportaciones, mientras que ese porcentaje se incrementa cuando también lo hace el tamaño de las empresas.
(5) Los productos con más participación en las exportaciones alimentarias son los cárnicos, aceites y grasas, las conservas vegetales y de pescado y la industria vinícola según los resultados de la explotación de la base de datos COMEXT (Eurostat).
(6) Valorada en términos reales y definida como el cociente entre VABcf a precios constantes de 1990 y el volumen de empleos.
(7) Tomando como referencia los datos de inversión en inmovilizado material suministrados por la Central de Balances del Banco de España.
(8) Este indicador debe ser tratado con cautela y considerado sólo como una mera aproximación de la productividad de trabajo, dada las importantes limitaciones que conlleva el cálculo de los índices de concentración que se toman como base para su obtención. No obstante, un crecimiento de esta ratio supone que las principales empresas absorben un mayor porcentaje de las ventas sectoriales que del empleo total de los sectores en los que participan (Ver MYRO y RUÍZ, 1999).
(9) El sector de Alimentos, bebidas y tabaco, junto con el de Papel, artes gráficas y edición son los dos únicos sectores manufactureros que muestran un empeoramiento de la eficiencia relativa de las empresas líderes en la década de los noventa [MYRO y RUÍZ (1999)].
(10) El margen precio-coste se define como (Venta-Gastos de Personal-Consumos intermedios)/Ventas y los calculamos a partir de los datos proporcionados por la Encuesta Industrial de Empresas (INE).
(11) A este respecto cabe matizar la similitud que en la actualidad presentan, en términos de productividad Alemania, la primera potencia agroalimentaria europea, y nuestro país; pero sin embargo, subsisten diferencias notables con Italia y el Reino Unido, sobre todo, y Francia.
(12) Según datos de EUROSTAT.
(13) El comercio intraindustrial se mide a través del índice de Grubel y Lloyd, definido como [1- (|Xi-Mi|)/(Xi+Mi)]*100
(14) En las manufacturas, la mayor parte del comercio con los restantes países comunitarios es de carácter intraindustrial.
(15) Dada la dificultad que conlleva cuantificar las diferencias de costes relativos entre

países, base de la explicación del comercio interindustrial, los estudios empíricos para evaluar el volumen e importancia de este tipo de intercambios utilizan una aproximación basada en los índices de ventaja comparativa revelada, que en nuestro caso expresan el saldo comercial del sector de Alimentos, bebidas y tabaco como porcentaje del comercio total de estos bienes.

(16) Según datos de elaboración propia a partir de la información proporcionada por Alimarket, aproximadamente, en el año 93 las operaciones orientadas a un control minoritario (participación adquirida inferior al 50 por 100 del capital social) representaron un 40 por 100 del total de las realizadas, mientras que en 1999 esa participación fue de un 32 por 100

(17) Consideramos el año 93 para utilizar fuentes estadísticas homogéneas, dado que el cambio de metodología de la Encuesta Industrial elaborada por el INE se produce en dicho año

(18) No hay que olvidar, como ya hemos indicado, que este ratio de concentración debe tratarse con cierta cautela dada las limitaciones que presenta. Además se trata de un indicador parcial que concede sólo importancia a las empresas más grandes. No obstante, por su sencillez y la información disponible es uno de los índices más utilizado para analizar la concentración de la oferta.

(19) En estas dos ramas el número de empresas se ha incrementado notablemente -en torno al 30 por 100- por lo que a mayor número de empresas menor ratio de concentración [CONNOR, *et al.* (1985)].

(20) En 1997, todas ellas eran embotelladoras franquiciadas de Coca-Cola.

(21) Podría sorprendernos el hecho de que el sector de Conservas de Pescado tenga un ratio de concentración relativamente bajo, habiendo empresas como Pescanova que acaparan una importante cuota de mercado. La explicación está en que siguiendo la CNAE'93, las actividades de los barcos-factoría que practican simultáneamente la pesca y la elaboración y conservación de pescado se incluyen en el sector primario y no en la industria manufacturera.

(22) En este sentido se puede decir que aunque una rama ofrezca un bajo nivel de concentración, si acotáramos más el mercado podrían observarse más situaciones de oligopolio.

(23) El líder sigue siendo el mismo en el 58,3 por 100 de los casos (7 de 12 ramas). En los restantes casos el liderazgo ha estado compartido entre las primeras empresas, es decir, se ha producido un intercambio de posiciones entre ellas.

(24) En productos de alta estandarización, como los agroalimentarios, para hacerlos diferentes del de sus competidores se requieren fuertes gastos en publicidad y llevar a cabo actividades de promoción [SEGURA J. *et al.* (92)].

(25) En el año 1999, las inversiones publicitarias en el sector de la alimentación rozan la cifra del 60 por 100 del total de las inversiones de Alimentos y Bebidas, frente al 40 por 100 que suponen las realizadas en bebidas. No obstante, estas últimas tienen un grado de concentración más significativa, ya que las diez primeras empresas con inversión publicitaria absorben el 60 por 100 de las inversiones totales frente al 48 por 100 que concentran las pertenecientes al sector de la alimentación.

(26) En 1999, en el sector de alimentos la empresa que más invierte en publicidad es Danone, que absorbe el 11 por 100 de las inversiones totales, seguida de Nestlé, con un 10 por 100. En el sector de bebidas, la primera en el ranking es Cía. Coca Cola de España, S.A. con un 15 por 100 sobre el total, seguida de UDV España, S.A. con un 9 por 100.

(27) Las manufacturas, con una participación decreciente en las inversiones en el exterior desde la adhesión de España, concentran un 10,6 por 100 de la totalidad siendo acaparado el grueso de las mismas por el sector servicios.

BIBLIOGRAFÍA

ALIMARKET (1998): «La industria alimentaria se planta en el exterior», *Alimarket Revista,* número 108.

ALIMARKET (varios años): *Informe anual (alimentación perecedera, alimentación no perecedera y bebidas).*

ÁLVAREZ LÓPEZ, E. y GARCÍA GRANDE, J. (1998): «Series estadísticas de la industria europea: valor añadido y empleo desagregado por ramas (1970-1995)», *Información Comercial Española,* número 322.

CONNOR, J. M.; ROGERS, R. T.; MARION, B. W. y MUELLER, W. I. (1985): *The food manufacturing ndustries. Structure, strategies, perfomance and policies,* Lexington Books.

COSTA, M. T. (1999): «Estrategias empresariales: Localización, internacionlización y globalización», en J. L.GARCÍA DELGADO (dir.), *España, Economía: ante el siglo XXI,* Espasa Fórum.

DÍAZ MORA, C. (1999): *El comercio exterior de España en el marco de la Unión Europea: un estudio a partir de la base de datos COMEXT.* Documento de trabajo, Instituto Universitario Ortega y Gasset, Madrid

DÍAZ MORA, C. (2000): *El impacto comercial de la integración económica europea en el período 1985-1996.* Tesis doctoral. Universidad de Castilla-La Mancha.

FARIÑAS, J. C. y JAUMANDREU, J. (1999): «Fusiones entre empresas: hechos, efectos e interrogantes», *Economistas,* número 82.

FERRARO, F. y ÁLVAREZ LÓPEZ, E. (2000): «La industria», en R. MYRO (dir.), *Economía Europea, crecimiento, integración y transformaciones sectoriales,* Cívitas.

GANDOY YUSTE, R. y DÍAZ MORA, C. (1998): Integración Económica e intercambios comerciales de manufacturas en la UE», *Economía Industrial,* número 322

GORDO, E. y MARTÍN, C. (1996): «Integración Económica, comercio intra-industrial y costes de ajuste», *Revista de Economía Aplicada,* volumen IV, número 12, invierno.

JORDANA BUTTICAZ, J. (1994): «La competitividad de la industria alimentaria española», *Papeles de Economía Española*, números 60-61.

MARTÍN, C. y GORDO, E (1997): «Relaciones comerciales» en C.Martín, *España en la nueva Europa*, Alianza Editorial.

MARTÍN, C. y MATÉ, J. M. (1997): «Los flujos de inversión directa», en C. MARTÍN, *España en la nueva Europa*», Alianza Editorial.

MARTÍN, C. y VELÁZQUEZ, J. (1996): «Una estimación de la presencia de capital extranjero en la economía española y de algunas de sus consecuencias», *Papeles de Economía Española*, número 66.

MARTÍNEZ, J. A. y SANCHÍS, A. (1992): «Las fusiones y adquisiciones en el sector de la alimentación», en J. L. GARCÍA DELGADO (coord.), *Economía Española, Cultura y Sociedad,* Homenaje a Juan Velarde, Eudema.

MYRO, R. (1992): «La competitividad de la industria española» en J.L.García Delgado (coord.), *Economía Española, Cultura y Sociedad,* Homenaje a Juan Velarde, Eudema

MYRO, R (2000): «La Industria Española ante la competencia global», *Economía Industrial,* número 329.

MYRO, R. y RUIZ CÉSPEDES, T. (1999): «Concentración de la producción y liderazgo en la industria española», *Economistas,* número 82.

MYRO, R. y GANDOY, R. (1999): «Sector industrial», en J. L. GARCÍA DELGADO (dir.), *Lecciones de Economía Española,* cuarta edición, Cívitas.

REIG, E. (1992): «Tendencias recientes en el consumo de alimentos y su incidencia en la industria alimentaria», en J. L. GARCÍA DELGADO (coord.) *Economía Española,* Cultura y Sociedad, Homenaje a Juan Velarde, Eudema.

RODRÍGUEZ-ZUÑIGA, M. R. y SANZ, J. (1994): «Reestructuración y estrategias empresariales de la industria agroalimentaria», *Papeles de Economía Española,* números 60-61.

RUÍZ CÉSPEDES, T. (2000): «Series estadísticas compatibles de producción y comercio exterior para las manufacturas españolas (1966-1996), *Información Comercial Española,* número extraordinario, dedicado al sector exterior español.

RUÍZ CÉSPEDES, T. (2000): «Principales magnitudes de la actividad manufacturera española. Series desagregadas (1966-1999)», *Economía Industrial*, número 329.

SCHERER, F. M. y ROSS, D. (1990): *Industrial market structure and economic perfomance»* Houghton Mifflil Company, Boston.