

AGROINDUSTRIA Y MERCADO UNICO EUROPEO. ANALISIS Y
PERSPECTIVAS DEL CASO ARAGONES*

Documento de Trabajo 93/3

Elena MARTI BELTRAN
Luis PEREZ Y PEREZ

SERVICIO DE INVESTIGACION AGRARIA
UNIDAD DE ECONOMIA Y SOCIOLOGIA AGRARIAS

Apartado 727
50080 ZARAGOZA

Teléfonos { (976) 57 63 11
(976) 57 63 61
Fax (976) 57 55 01

INDICE GENERAL

	<u>PAG.</u>
I. Introducción	1
I.1. Antecedentes	1
I.2. Objetivos y metodología	7
II. La industria agroalimentaria en la Comunidad Europea, en España y en Aragón	9
II.1. Principales características de la industria agro alimentaria en la Comunidad Europea	9
II.2. Principales características de la industria agro alimentaria en España	14
II.3. Principales características de la industria agro alimentaria en Aragón	21
III. Consecuencias para la industria agroalimentaria del Mercado Unico Europeo	32
III.1. La Ley Alimentaria de la Comunidad Europea ...	32
III.2. Implicaciones para la industria agroalimenta- ria de la implantación del Mercado Unico Euro- peo	38
III.2.1. Efectos económicos	38
III.2.2. Efectos estructurales	41
IV. Perspectivas sectoriales en la industria agroalimenta- ria en la Comunidad Europea y en España	46
IV.1. Industrias cárnicas	47
IV.2. Industrias lácteas	50
IV.3. Industria de alimentación animal	52
IV.4. Galletería, bizcochería, chocolatería y confite- ría	55
IV.5. Aceites y grasas	56
IV.6. Productos congelados	58
IV.7. Fabricación de jugos y conservas vegetales	59
IV.8. Productos de molinería	61
IV.9. Otros productos	63

	<u>PAG.</u>
V. Situación y perspectivas empresariales de la industria agroalimentaria en Aragón	69
V.1. Metodología	69
V.2. Análisis de resultados	75
V.2.1. Tecnología e Innovación	75
V.2.2. Estrategias comerciales.....	81
V.2.3. Competitividad y Mercado Unico	90
VI. Consideraciones finales	102
VII. Referencias bibliográficas	112
ANEJO	117

INDICE DE CUADROS

Cuadro II.1. Producción en la Industria Agro-Alimentaria de la CE en 1989 (millones de ECUS)	13
Cuadro II.2. Empleo en la Industria Agro-Alimentaria de la CE en 1989 (miles de personas)	13
Cuadro II.3. Producción por empleado en la Industria Agro-Alimentaria de la CE en 1989 (miles de ECUS)	13
Cuadro II.4. Producción y empleo de la industria española de Alimentación, Bebidas y Tabaco en 1990 (millones de pts. y número de trabajadores)	16
Cuadro II.5. Número de establecimientos de la industria española de Alimentación, Bebidas y Tabaco en 1990	17
Cuadro II.6. Valor añadido de la industria española de Alimentación, Bebidas y Tabaco en 1990 (millones de pts.)	18
Cuadro II.7. Costes de personal de la industria española de Alimentación, Bebidas y Tabaco en 1990 (millones de pts.)	20
Cuadro II.8. Número de establecimientos de la Industria Agro-Alimentaria de Aragón en 1991	25
Cuadro II.9. Producción y subvenciones a la explotación en la Industria Agro-Alimentaria de Aragón en 1991 (millones de pts. y número de trabajadores)	27

Cuadro II.10. Consumos intermedios y Valor Añadido Bruto a coste de factores en la Industria Agro-Alimentaria aragonesa en 1991 (millones de pts.)	29
Cuadro II.11. Inversión, amortizaciones y gastos financieros en la Industria Agro-Alimentaria de Aragón en 1991 (millones de pts.)	30
Cuadro II.12. Costes de personal en la Industria Agro-Alimentaria aragonesa en 1991 (millones de pts.)	30
Cuadro III.1. Clasificación de las barreras al comercio intracomunitario por tipo de restricción aplicada	33
Cuadro III.2. Ganancias potenciales en el bienestar económico derivados de la integración del mercado	39
Cuadro V.1. Número de encuestas a realizar en Aragón por ramas de actividad, provincias y estratos de tamaño	74
Cuadro V.2. Empleados y gastos anuales por empleado en I+D de la agroindustria aragonesa por ramas productivas (número y ptas./trab.)	77
Cuadro V.3. Mercados tecnológicos de la Industria Agroalimentaria aragonesa (Porcentaje de opiniones empresariales por ramas)	79
Cuadro V.4. Areas de implantación de la nueva tecnología en la Industria Agroalimentaria aragonesa, por ramas (porcentaje de opiniones empresariales)	81
Cuadro V.5. Trabajadores y gastos anuales por empleado en la red comercial de la IAA aragonesa por ramas de actividad (número y ptas./trab.)	82
Cuadro V.6. Sistemas de distribución utilizados por la IAA aragonesa por subsectores en 1991 (porcentaje sobre ventas)	84
Cuadro V.7. Mecanismos de promoción utilizados por la IAA aragonesa	86
Cuadro V.8. Número de marcas comerciales utilizadas por la agroindustria aragonesa durante 1.991	88
Cuadro V.9. Productos lanzados y retirados del mercado y gastos en estudios de mercado de la IAA aragonesa (número y ptas./trab.)	90
Cuadro V.10. Acuerdos de la IAA aragonesa con otra(s) empresa(s) en 1991 (porcentaje)	93

INDICE DE TABLAS

Tabla II.1. Relación de sectores CNAE y ramas establecidas	23
--	----

INDICES DE FIGURAS

Figura II.1. Cuotas de producción de las diversas ramas agroindustriales de la CE en 1988	11
Figura V.1. Principal competencia para la Industria Agroalimentaria aragonesa (porcentaje de opiniones empresariales	94
Figura V.2. Posición de la Industria Agroalimentaria frente a la competencia (porcentaje de opiniones empresariales)	95
Figura V.3. Incidencia del Mercado Unico Europeo para la Industria Agroalimentaria aragonesa (Porcentaje de opiniones empresariales)	97
Figura V.4. Ventajas y desventajas de la Industria Agroalimentaria aragonesa frente al Mercado Unico Europeo (Porcentaje de opiniones empresariales)	100



I. Introducción

I.1. Antecedentes

La Industria Agro-Alimentaria (IAA) es uno de los sectores industriales más estratégicos y con más peso en la economía de la Comunidad Europea (CE) (CREA, 1990).

En 1989, la producción del sector agroindustrial de la CE suponía el 8% de toda la industria manufacturera comunitaria. No obstante, las tasas de crecimiento difieren significativamente de un país a otro, siendo los estados miembros del sur los que han registrado un incremento superior durante los últimos años.

Aunque durante la década de los ochenta había ido disminuyendo paulatinamente, el empleo en la industria agroalimentaria en 1989 suponía alrededor del 1,7% del total comunitario (Calcolo, 1991).

La tasa de variación del consumo alimentario ha ido mostrando desde 1986 una tendencia decreciente, pudiéndose preveer para los próximos años una estabilización como consecuencia del bajo nivel de crecimiento de la población, y de la reducción de la demanda en los países ricos (Calcolo, 1991).

El Mercado Unico Europeo (MUE) significa para la IAA un escenario cada vez más desprotegido, donde concurrirán los países tratando de conquistar mayores cuotas de mercado (Barceló, 1991).

Ante estas expectativas en el consumo de alimentos y la creciente competencia que se está produciendo como consecuencia de la liberalización de los intercambios intracomunitarios, la IAA europea, sobre todo la Pequeña y

Mediana Empresa (PYME), debe reaccionar reestructurando su proceso productivo adaptándose a las necesidades del nuevo entorno europeo para poder aprovechar plenamente las ventajas que el MUE le ofrece (Calcolo, 1991).

La integración del mercado alimentario europeo es un tema de gran trascendencia en la actualidad ya que puede modificar considerablemente la economía y la estructura productiva de cada una de las regiones de los países miembros. Desde que se planteó la creación del MUE, se han elaborado numerosos estudios en los que se analiza el impacto que puede tener sobre diferentes sectores productivos.

Son de particular importancia los informes hechos por la Comisión de las Comunidades Europeas, en especial el Informe Cecchini (1988) por su complejidad y el nivel de detalle alcanzado. El Informe Cecchini trató de estimar el coste que supone para Europa la no integración del mercado alimentario, a fin de identificar los principales obstáculos al comercio intracomunitario, tomando únicamente en consideración los mayores sectores de la IAA.

También se han elaborado otros trabajos que tratan el tema desde diversos ángulos (subsectorialmente, por países, etc), publicados por el Club de Bruselas y por revistas de información económica (Agra Europe, 1989; Smith, 1990; Agra Europe, 1992).

Al igual que ocurre a nivel comunitario, la IAA es uno de los sectores industriales más importantes en España. Durante los últimos años la producción del sector agroalimentario ha seguido una evolución favorable, debido principalmente al tirón en la demanda que han experimentado estos productos en los países del sur de Europa. En 1989 la producción alimentaria española suponía un 9,5% del total manufacturado en la CE (CCE, 1990).

El empleo agroindustrial también ha seguido en España una tendencia creciente desde 1985, suponiendo en 1989 el 5,7% del total comunitario (CCE, 1990).

La entrada en vigor del MUE supone para muchas empresas españolas un reto que profundiza el proceso de liberalización que comenzó con la entrada de España en la CE (Monzón, 1992).

Sin embargo, la IAA española presenta todavía serios problemas que le impiden afrontar con éxito, de una manera inmediata, las posibles ventajas que le ofrece este nuevo marco europeo.

El primer problema se plantea en el abastecimiento de las materias primas que proceden del sector agrario y pesquero. Estos inputs se encuentran sometidos a fuertes oscilaciones en la oferta debido factores climatológicos, a su carácter estacional y perecedero, a su dispersión geográfica, etc. (Craver, 1990).

La segunda dificultad que encuentra este sector es el todavía bajo valor añadido que registra. A pesar de que España es uno de los nuevos países industrializados, y tiende a fabricar productos cada vez más sofisticados, la estructura de la IAA española sigue siendo relativamente débil en comparación con la del resto de países de la CE (Craver, 1990).

El tercer gran problema para el sector alimentario español lo constituye la excesiva fragmentación y reducida dimensión de sus empresas. Las PYMES en España, a pesar de ser empresas muy flexibles a cualquier cambio, encuentran serias dificultades para competir con la industria europea como consecuencia de su reducida cuota de mercado y su débil posición comercial y tecnológica (Muñoz, 1992).

Uno de los objetivos del Plan de Acción para las PYME aprobado por la CE en noviembre de 1986, era el de implantar un mercado interior favorable para las PYMES. Se pretendía, antes de 1992, la supresión de las barreras a la circulación de mercaderías, de personas, de servicios y de capitales a fin de reducir los elevados costes empresariales. Aprovechar este factor podría suponer una oportunidad para la industria agroalimentaria española por estar formada básicamente por PYMES (Perramón, 1988).

Sin embargo, el éxito en la adaptación al nuevo entorno está únicamente garantizado en aquellas empresas que a principios de los años ochenta hubieran enfocado su estrategia a dicha liberalización y a una mayor competencia intracomunitaria. Para aquellas otras que no hayan adoptado durante estos últimos años dicha "cultura empresarial", probablemente les resultará dura la supervivencia, llegando incluso a la desaparición en algunos casos de pequeñas empresas poco competitivas (Monzón, 1992).

A nivel estatal, aparece desde comienzos de los años noventa, una amplia literatura sobre el sector alimentario. Es consecuencia de la preocupación por el posicionamiento de la industria española frente a sus competidores ante este nuevo entorno. Así por ejemplo hay publicados diversos estudios sobre la competitividad de la empresa española (Alonso, 1992; Martín, 1992), y sobre las políticas que inciden sobre ella (Barceló, 1991; Calvo y Lorenzo, 1992; Muñoz, 1992).

Aragón, por su situación geográfica, está en una posición económicamente privilegiada (CREA, 1990):

1) Pertenece al Eje Mediterráneo que es la segunda región de Europa con mayor potencial de crecimiento.

2) Pertenece al cuadrante Norte-Iberia (Áreas Metropolitanas de Bilbao, Barcelona, Madrid, Valencia y Zaragoza) y, dentro de este al Eje del Ebro (Alava, Navarra, Rioja, Zaragoza, Lérida y Tarragona). Todos los indicadores señalan a esta zona como uno de las pocas regiones de la España interior con inmejorables perspectivas de crecimiento en el nuevo entorno.

La IAA es uno de los sectores más estratégicos y una de las bases más importantes junto al sector de la metalurgia para la economía aragonesa (AIAA, 1991). La producción de la agroindustria suponía en 1990 un 13,9% de la producción industrial en Aragón (INE, 1993).

En ese mismo año, Aragón era la décima región española respecto al valor de la producción alimentaria con 188.439 millones de pts. al año (INE, 1993).

El valor añadido generado por ella suponía un 10,2% del valor añadido industrial aragonés. Esto nos demuestra que aunque su producción está fundamentalmente enfocada a satisfacer la demanda final, al igual que sucede en todo el Estado, la IAA en Aragón genera un valor añadido relativamente bajo (INE, 1993).

Otro rasgo a tener en cuenta es que, al igual que en España, la IAA en Aragón se caracteriza por ser un sector altamente atomizado, formado fundamentalmente por PYMES. En 1991, la agroindustria aragonesa poseía un valor medio de facturación entre 500 y 1000 millones de pts. al año (AIAA, 1991).

Los principales problemas a los que se enfrenta actualmente la IAA aragonesa (AIAA, 1991; Craver, 1990; CREA, 1990) son:

1) La escasez de recursos financieros para investigar y desarrollar nuevas formas de producción; para innovar en nuevos productos y materiales para el envasado; para vender en Europa y para controlar de la calidad final del producto.

2) La carencia de una red comercial bien establecida.

3) La ausencia de una imagen comercial.

4) La dimensión demasiado reducida de la empresa.

Dado el peso que tiene el sector agroalimentario dentro de la economía aragonesa, durante los últimos años han aparecido diversos estudios sobre la situación que vive esta industria en Aragón y los cambios que se han ido produciendo en la empresa alimentaria de esta Comunidad Autónoma, a fin de situarla al mismo nivel que sus homólogas europeas.

Siguiendo esta línea, desde el Departamento de Agricultura de la Diputación General de Aragón, o en colaboración con este departamento se han realizado diversos trabajos donde se tratan aspectos generales y/o específicos de la IAA: la situación y las diversas políticas y regulaciones que inciden sobre ella a nivel comunitario, nacional, y regional (Craver, 1990); la importancia y estrategias de penetración del capital extranjero en la agroindustria española (Rodríguez-Zúñiga et al., 1991); la balanza comercial y el grado de integración del sistema agroalimentario en Aragón identificando las ramas agroindustriales que actúan como motores de desarrollo (Feijóo Bello, 1992); así como el directorio y las principales macromagnitudes de la IAA aragonesa (Feijóo et al., 1992; Feijóo et al., 1993).

Desde otras organizaciones se han elaborado informes relativos a aspectos muy concretos de la IAA aragonesa como pueden ser su competitividad, el nivel de innovación tecnoló-

gica alcanzado, o los sistemas de control de calidad empleados por el empresario aragonés (CREA, 1990; AIAA, 1991).

I.2. Objetivos y metodología

A fin de aprovechar al máximo las oportunidades que le ofrece el MUE, y minimizar los efectos negativos que puedan surgir, el empresario aragonés debería readaptar su estrategia a este nuevo entorno europeo, teniendo en cuenta los cambios que se están operando en la demanda y la producción encaminandola hacia nuevos productos estandarizados de mayor conveniencia y calidad (AIAA, 1991).

En nuestra opinión, resulta esencial para preveer la repercusión del MUE sobre la agroindustria en Aragón, un estudio sobre las estrategias comerciales que en la actualidad se están llevando a cabo en la empresa alimentaria aragonesa.

Este trabajo tiene dos objetivos. El primero consiste en estudiar si la IAA aragonesa se adapta al patrón agroindustrial dominante en Europa. Para ello se analiza a través de información secundaria la situación y las tendencias entre la agroindustria comunitaria y la aragonesa, tanto a nivel general como subsectorialmente.

En segundo lugar, se pretende analizar las estrategias empresariales adoptadas por el empresario aragonés con objeto de mejorar la comercialización de los productos alimentarios, y el impacto que tendrá la implantación del MUE para la industria agroalimentaria en Aragón. Para ello, se analizará información primaria obtenida a través de una encuesta al sector efectuada durante la segunda mitad de 1992.

El trabajo se presenta en seis partes. Tras esta introducción, en el segundo capítulo se ofrecen unos rasgos sobre la estructura y las características generales de la IAA en la CE, España y Aragón. En el tercer capítulo se presentan las posibles consecuencias para la IAA de la implantación del Mercado Unico Europeo, haciendo especial hincapié en la Ley Alimentaria de la CE, y en las posibles repercusiones económicas y estructurales que puedan aparecer. El capítulo cuarto se centra en las perspectivas sectoriales para la IAA europea, comparándolas posteriormente con la tendencia del sector agroindustrial aragonés. En el capítulo V se analizan las repercusiones de la implantación del MUE para la IAA en Aragón en base a las opiniones empresariales de las diferentes ramas agroindustriales. Por último, en el sexto capítulo, se exponen las consideraciones finales.



II. La Industria Agroalimentaria en la Comunidad Europea, en España y en Aragón.

II.1. Principales características de la Industria Agroalimentaria en la Comunidad Europea.

El sector agroalimentario de la CE se encuentra formado por subsectores y empresas de características empresariales muy diferentes. La estructura productiva de la agroindustria europea difiere significativamente de país a país. En general, la IAA de los países del norte europeo no se asemeja a la de los estados comunitarios del sur. Únicamente subsectorialmente se siguen algunas pautas de comportamiento o tendencias comunes debido a la naturaleza del proceso productivo que conllevan. En estos últimos, la mayoría de empresas son de dimensiones muy reducidas y están especializadas en un sólo producto (AIAA, 1991).

La diferencia que existe en cuanto al grado de concentración de la industria es muy acusada. Al comparar este ratio entre las diversas ramas industriales que componen la IAA, se deduce que en la CE el nivel de concentración más elevado se registra entre las industrias de transformación de aceite, chocolate, vino, cerveza y productos lácteos (AIAA, 1991).

Si la comparación se hace por países, se obtiene que las empresas agroalimentarias de los estados de Europa del Norte (en especial Reino Unido), presentan un nivel de concentración mucho más elevado que el de los países mediterráneos (Italia, España y Portugal) (AIAA, 1991).

Se puede también observar enormes diferencias respecto al peso de cada sector productivo en las diferentes economías de la CE. Así, en los estados miembros del sur, el

peso de la industria del aceite de oliva es muy superior al que tiene este subsector en los países del norte europeo (CCE, 1990).

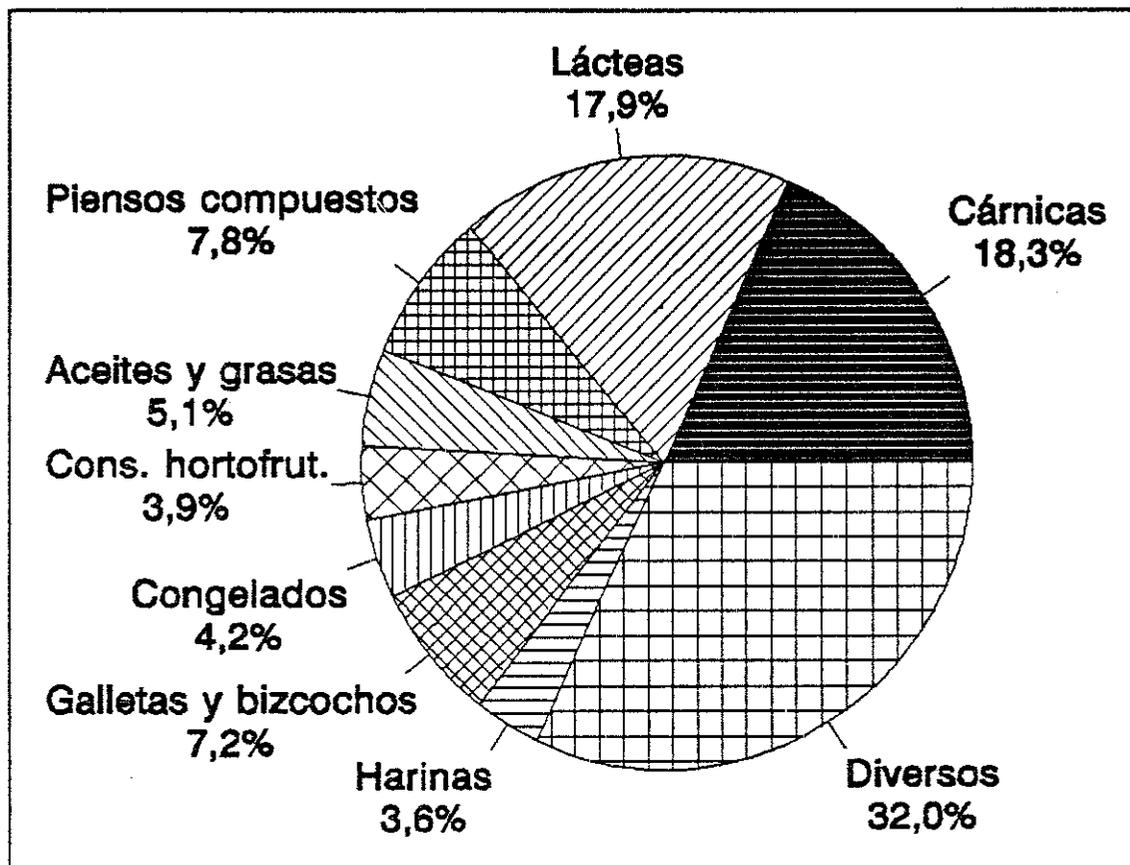
Durante 1989, el consumo de productos alimentarios en la CE fue muy desigual entre los distintos países, tanto en cuanto al tipo de alimentos y al consumo per cápita, como en la proporción que supone el gasto en alimentos respecto al gasto total. En el área mediterránea (en particular Portugal y Grecia) el porcentaje del presupuesto doméstico total dedicado a la alimentación y bebidas es más alto que en otros países de la CE (Calcolo, 1991).

En 1989, la producción de la IAA suponía alrededor de un 8% del total de la industria manufacturera de la CE, es decir 350.451 millones de ECUS. El índice de crecimiento en este año fue muy superior a la media registrada en los tres años anteriores, siendo éste de un 7,4% (Calcolo, 1991).

Según la Comisión de las Comunidades Europeas (CCE), en el área comunitaria, los productos cárnicos y lácteos suponen un 18,3% y un 17,9% respectivamente de la producción agroalimentaria total. Son, por tanto, los dos subsectores más importantes de la industria agroalimentaria europea en cuanto al volumen de la producción total (CCE, 1990) (Figura II.1).

Al hacer una clasificación respecto al volumen de producción por país, observamos que en orden de importancia Francia encabeza la lista con 73.817 millones de ECUS (21,1% de la producción total agroalimentaria de la Comunidad), seguida por Alemania con 69.540 millones de ECUS (19,8%), y por Reino Unido con 58.262 millones de ECUS (16,6%). España se sitúa en quinto lugar, después de Italia, con una producción de 36.795 millones de ECUS (10,5% del total de la producción agroindustrial en la CE) (Cuadro II.1).

Figura II.1. Cuotas de producción de las diversas ramas agroindustriales de la CE en 1988.



(*) Diversos incluye carnes de ave, aceite de oliva, helados, margarina, pan, alcoholes, licores, cerveza y malta, te, café, azúcar y vinagre.

Fuente: Commission des industries agricoles et alimentaires de l'union des industries de la CEE (CIAA). The agrifood business in the Community. (CCE, 1990).

En 1989, el empleo de la industria agroalimentaria comunitaria se cifró en 2,2 millones de trabajadores, siguiendo la tendencia decreciente que ha venido caracterizando a esta industria durante los últimos años (alrededor de -1% anual) (CCE, 1990). Se trata, por tanto, de un sector que tiene una participación importante en el empleo industrial, característica muy frecuente entre los países industrializados debido al elevado grado de urbanización (Craver, 1990).

Cuadro II.1. Producción en la Industria Agro-Alimentaria de la CE en 1989 (millones de ECUS).

PAIS	PRODUCCION	(%)
Bélgica	12.358	3,5
Dinamarca	11.819	3,4
Alemania	69.540	19,8
Grecia	3.723	1,1
España	36.795	10,5
Francia	73.817	21,1
Irlanda	8.460	2,4
Italia	44.433	12,7
Luxemburgo	118	0,1
Holanda	25.907	7,4
Portugal	5.220	1,5
Reino Unido	58.262	16,6
Total CE	350.451	100,0

Fuente: Eurostat. "Panorama de la Industria Comunitaria 1991-92. Cambios CE". Panorama, 1991, nº 15.

El empleo de la IAA se distribuye muy desigualmente entre los diferentes países comunitarios. En 1989, el Reino Unido con 472.600 trabajadores, fue el país que registró la mayor participación en el empleo agroindustrial (21,5% del total) seguido de cerca por Alemania con 430.600 empleados (19,5%). España, al igual que ocurre en la producción, durante 1989 ocupaba el quinto lugar respecto al número de trabajadores agroindustriales, cifrándose en 321.300 ó el 14,6% de la mano de obra comunitaria empleada en la industria alimentaria (Cuadro II.2).

Finalmente, el volumen de producción agroindustrial ascendió en 1989 a 160.000 ECUS por persona empleada. Los países que mayor nivel de producción por empleado registraron fueron Italia, Francia, e Irlanda con 200.000 ECUS/trabajador. España, presentó una de las menores cifras de la Comunidad, siendo del orden de 110.000 ECUS por persona empleada (Cuadro II.3).

Cuadro II.2. Empleo en la Industria Agro-Alimentaria de la CE en 1989 (miles de personas).

PAIS	EMPLEO	(%)
Bélgica/Luxemburgo	64,3	2,9
Dinamarca	70,2	3,2
Alemania	430,6	19,5
Grecia	56,3	25,6
España	321,3	14,6
Francia	340,2	15,4
Irlanda	41,8	1,9
Italia	197,6	9,0
Holanda	133,0	6,0
Portugal	74,7	3,4
Reino Unido	472,6	21,5
Total CE	2.202,6	100,0

Fuente: Eurostat. The agri-food business in the Community. Comisión de las Comunidades Europeas (CCE), 1990.

Cuadro II.3. Producción por empleado en la Industria Agro-Alimentaria de la CE en 1989 (miles de ECUS).

PAIS	PRODUCCION/EMPLEADO
Bélgica/Luxemburgo	190
Dinamarca	170
Alemania	160
Grecia	60
España	110
Francia	210
Irlanda	200
Italia	220
Holanda	190
Portugal	70
Reino Unido	120
Total CE	160

Fuente: Eurostat (1989) y elaboración propia.

La industria alimentaria en la Comunidad se presenta como un sector estratégico y con gran potencial de crecimiento, ya que a pesar de tratarse de un sector muy atomizado, experimenta desde hace ya algunos años, un creciente grado de concentración. Este proceso es más acusado en unos países que en otros y más importante en aquellos

subsectores más intensivos en el uso del factor capital (automatización, mecanización, innovación en productos, materiales de envasado, etc).

II.2. Principales características de la Industria Agroalimentaria en España.

La industria de Alimentación, Bebidas y Tabaco es uno de los principales sectores industriales de España, ya que ocupa el primer lugar en importancia, tanto en cuanto al volumen de producción como al número de empleos que proporciona.

En 1990, la producción bruta de la IAA española se cifró en 5.748.123 millones de pts., lo que representa alrededor del 19% del total de la producción industrial española. No obstante, su distribución tanto por Comunidades Autónomas como por subsectores productivos se muestra desigual. Cataluña fue la Comunidad Autónoma que mayor volumen de producción registró con 1.242.319 millones de pts., es decir un 21,6% del total de la producción agroalimentaria española, mientras que la de Ceuta y Melilla con 2.947 millones de pts. únicamente aportó un 0,05% (INE, 1993).

Los subsectores productivos que en 1990 presentaron el mayor volumen de producción fueron los mataderos e industrias cárnicas con 943.386 millones de pts. (16,4% de la producción total agroindustrial), seguido por las industrias lácteas con 628.818 millones de pts. (10,9%), y por las industrias elaboradoras de productos para alimentación animal con 585.336 millones de pts. (10,2%) (Cuadro II.4). Por tanto, la producción por ramas agroindustriales de la IAA española se ajusta bastante bien al patrón comunitario.

La IAA en 1990 ocupó a 361.940 trabajadores en toda España, es decir un 16,3% del empleo industrial nacional, siendo la industria dedicada a la fabricación de pan, bollería, pastelería y galletas con 99.154 empleados la que empleó a un mayor número de personas (27,4% del empleo total de la IAA) (Cuadro II.4).

Andalucía (con 63.413 trabajadores) y Cataluña (con 62.554) conjuntamente representaron un 35% de la mano de obra empleada por la IAA española (INE, 1993).

La producción media por empleado se situó en 16 millones de pts., siendo la industria de productos para alimentación animal con 50,6 millones de pts. la que presentó una mayor cifra, y el subsector de fabricación de pan, bollería, pastelería y galletas con 5 millones de pts., el que registró un menor nivel de producción/empleado, debido en parte al gran volumen de mano de obra que absorbe (Cuadro II.4).

Estos 361.940 empleados se distribuyeron durante 1990 en 41.337 establecimientos, estando más del 50% de ellos dedicados a la elaboración de pan, bollería, pastelería y galletas (es decir, 22.614 establecimientos) (Cuadro II.5).

La IAA española se caracteriza por la excesiva atomización y el bajo grado de concentración de sus empresas (Feijóo Bello, 1992). En 1990 el 93,7% de los establecimientos españoles contaban con menos de 20 empleados, y únicamente en 56 de ellos trabajaban más de 500 personas, siendo la media estatal de 8,8 trabajadores por establecimiento. Esta dispersión se puede observar en prácticamente todos los subsectores, salvo en las industrias cerveceras, el sector azucarero, y en menor medida en las industrias conserveras y en las de elaboración de productos lácteos (Cuadro II.5).

Cuadro II.4. Producción y empleo de la industria española de Alimentación, Bebidas y Tabaco en 1990 (millones de pts. y número de trabajadores).

RAMA	PRODUCCION	(%)	EMPLEO	(%)	PRODUCCION POR EMPLEADO
Aceites y grasas	533.721	9,3	13.427	3,7	39,7
Industria láctea	628.818	10,9	25.113	6,9	25,0
Industria cárnica	943.386	16,4	56.666	15,7	16,6
Conserva vegetal	260.565	4,5	27.496	7,6	9,5
Molinería	225.909	3,9	9.579	2,6	23,6
Azúcar	122.608	2,1	5.231	0,1	23,4
Conserva pescado	187.229	3,3	16.563	4,6	11,3
Pan y bollería	494.464	8,6	99.154	27,4	5,0
Chocolate/confit.	153.043	2,7	11.569	3,2	13,2
Aliment. animal	585.336	10,2	11.556	3,2	50,6
Sidrería	8.718	0,1	530	0,1	16,4
Cerveza	214.613	3,7	12.696	3,5	16,9
Licores	114.461	2,0	4.455	1,2	25,7
Vinos	270.074	4,7	17.825	4,9	15,1
Indust. diversas	394.803	6,9	22.987	6,3	17,2
Alcoholes	29.329	0,5	1.178	0,3	24,9
Beb. analcohólicas	336.937	5,9	17.299	4,8	19,5
Tabaco	237.109	4,1	8.616	2,4	27,5
Total	5.741.123	100,0	361.940	100,0	16,4

Fuente: INE (1993) y elaboración propia.

El número de empleados por unidad productiva en España es menor que el de Alemania, Francia e Italia. Esta diferencia se debe básicamente a la dimensión de los establecimientos con más de 500 trabajadores, ya que las PYMES españolas tienen un tamaño medio homologable con el europeo, en especial con Francia e Italia (Calvo y Lorenzo, 1992).

La IAA en 1990 generó el 14,5% del Valor Añadido Bruto (VAB) industrial español. Las Comunidades Autónomas de Cataluña y Andalucía son con diferencia las que mayor valor añadido generaron con 314.296 y 290.862 millones de pts. respectivamente (el 20,1% y el 18,6% del total del VAB agroindustrial español) (INE, 1993).

Cuadro II.5. Número de establecimientos de la industria española de Alimentación, Bebidas y Tabaco en 1990.

RAMA	(1)	(2)	(3)	TOTAL	EMPLEADOS POR ESTABLECIMIENTO
Aceites y grasas	1.979	124	1	2.103	6,4
Industria láctea	424	181	10	605	41,5
Industria cárnica	3.663	472	4	4.135	13,7
Conserva vegetal	458	286	5	744	36,9
Molinería	2.111	76	0	2.187	4,4
Azúcar	3	28	0	31	168,7
Conserva pescado	189	206	2	395	41,9
Pan y bollería	22.194	420	8	22.614	4,4
Chocolate/confit.	320	121	1	441	26,2
Aliment. animal	792	189	0	981	11,8
Sidrería	184	5	0	189	2,8
Cerveza	3	35	3	38	334,1
Licores	172	40	1	212	21,0
Vinos	4.313	85	3	4.398	4,0
Indust. diversas	1.222	170	6	1.392	16,5
Alcoholes	52	21	0	73	16,1
Beb. analcohólicas	634	136	4	770	22,5
Tabaco	9	20	8	29	297,1
Total	38.722	2.615	56	41.337	8,8

(1) Establecimientos con menos de 20 empleados.

(2) Establecimientos con más de 20 empleados.

(3) Establecimientos con más de 500 empleados.

Fuente: INE (1993) y elaboración propia.

En España, durante ese mismo año, la participación del VAB industrial en la producción bruta del sector manufacturero fue de 36%, mientras que este mismo ratio para el sector agroindustrial supuso el 27,2%. A la vista de estos dos valores, podemos confirmar que la IAA española todavía genera un VAB relativamente bajo.

No obstante, no podemos generalizar esta afirmación, pues la situación cambia si tomamos en consideración el valor de dicho ratio por subsectores productivos. Así, determinados subsectores obtienen una tasa VAB/producción

considerablemente superior a la media nacional para el sector industrial. Entre estos podemos citar al subsector cervecero (56,3%), al de fabricación de pan, bollería, pastelería y galletas (46,2%), al de elaboración de licores (41,5%), al azucarero (36,4%), a la industria de fabricación de cacao, chocolate y confitería (35,8%), y a la industria de bebidas analcohólicas (35,3%) (Cuadro II.6).

Cuadro II.6. Valor añadido de la industria española de Alimentación, Bebidas y Tabaco en 1990 (millones de pts.)

RAMA	VAB	(%)	VAB/PRODUCCION(%)
Aceites y grasas	71.807	4,6	13,4
Industria láctea	154.947	9,9	24,6
Industria cárnica	190.122	12,1	20,1
Conserva vegetal	69.961	4,5	26,8
Molinería	31.331	2,0	13,9
Azúcar	44.691	2,9	36,4
Conserva pescado	42.273	2,7	22,6
Pan y bollería	228.315	14,6	46,2
Chocolate/confit.	54.775	3,5	35,8
Aliment. animal	90.423	5,8	15,4
Sidrería	2.721	0,2	32,0
Cerveza	120.806	7,7	56,3
Licores	47.451	3,0	41,5
Vinos	78.079	5,0	28,9
Indust. diversas	119.455	7,6	30,3
Alcoholes	5.516	0,3	18,8
Beb. analcohólicas	118.795	7,6	35,3
Tabaco	92.931	5,9	39,2
Total	1.564.469	100,00	27,2

Fuente: INE (1993) y elaboración propia.

La tasa de VAB respecto de la producción es un buen indicador del grado de industrialización de una región. En aquellas Comunidades Autónomas que detentan un menor grado de industrialización, la participación de las PYMES en la producción agroindustrial es mayor. Estas empresas generalmente están centradas en la elaboración de productos tradi-

cionales con materias primas locales, o bien en productos orientados a satisfacer la demanda local. Son empresas impulsadas generalmente por empresarios que no ambicionan competir fuera del mercado local o provincial (Muñoz, 1992).

En 1990 los costes de personal supusieron el 12,5% del coste total en personal de toda la industria manufacturera española. La retribución media por empleado de la IAA ascendió a 1,9 millones de pts., mientras que para el conjunto de la industria española este valor alcanzó los 2,4 millones de pts. por empleado (INE, 1993). Al observar este ratio por subsectores, vemos que el coste medio por empleado del sector industrial español, únicamente es superado por las industrias de fabricación de cerveza, bebidas analcohólicas, licores, y productos lácteos, con 3,8, 3,1, 3,0, y 2,5 millones de pts. respectivamente (Cuadro II.7). Este fenómeno puede venir explicado en parte por la menor cualificación que requieren la mayoría de puestos de trabajo que demanda la IAA, y el menor grado de productividad obtenido respecto a los demás sectores industriales, ya que se presentan como tareas que exigen poca especialización (Craver, 1990; Muñoz, 1992).

En España los costes laborales por empleado suelen ser menores en las PYME, lo cual puede constituir para la IAA española un desincentivo para crecer (Muñoz, 1992).

El sector de la alimentación en España presenta, sobretodo en los últimos años, niveles de rentabilidad mayores en las empresas grandes. No obstante, en el resto de sectores industriales son las PYME las que presentan un grado más elevado de rentabilidad tanto económica como financiera. Estos dos ratios mostraron durante el período 1983-88, un perfil evolutivo creciente, aunque más acusado en las grandes empresas que en las PYME (Huergo, 1992).



En general, la IAA española está sufriendo un progresivo proceso de reestructuración, tanto en cuanto al incremento del tamaño medio de las empresas, (siguiendo el patrón europeo la empresa agroalimentaria española está viviendo una reducción en el número de establecimientos) como en cuanto a la paulatina sustitución del factor trabajo por capital (Rodríguez-Zúñiga et al., 1991).

Cuadro II.7. Costes de personal de la industria española de Alimentación, Bebidas y Tabaco en 1990 (millones de pts.).

RAMA	COSTES DE PERSONAL	(%)	COSTES PERSONAL POR EMPLEADO
Aceites y grasas	22.045	3,3	1,6
Industria láctea	62.408	9,3	2,5
Industria cárnica	90.823	13,5	1,6
Conserva vegetal	37.362	5,5	1,4
Molinería	14.576	2,2	1,5
Azúcar	11.987	1,8	2,3
Conserva pescado	25.329	3,8	1,5
Pan y bollería	123.650	18,3	1,2
Chocolate/confit.	24.713	3,7	2,1
Aliment. animal	26.343	3,9	2,3
Sidrería	762	0,1	1,4
Cerveza	48.745	7,2	3,8
Licores	13.426	2,0	3,0
Vinos	31.901	4,7	1,8
Indust. diversas	54.167	8,0	2,4
Alcoholes	2.305	0,3	2,0
Beb. analcohólicas	53.583	7,9	3,1
Tabaco	29.631	4,4	3,4
Total	673.751	100,0	1,9

Fuente: INE (1993) y elaboración propia.

La IAA española se enfrenta en la actualidad al reto del MUE. Dado su excesivo grado de atomización y su baja dimensión empresarial, deberá continuar con el proceso de reestructuración del que se ha hablado anteriormente, si quiere ser competitiva con el resto de empresas agroalimentarias europeas. Es todavía muy elevado el número de PYMES que

constituyen la IAA española, sobretodo en aquellos subsectores poco capitalizados, con un bajo nivel de inversión y gran volumen de mano de obra empleada, generalmente poco cualificada.

II.3. Principales características de la Industria Agroalimentaria en Aragón

En 1990, Aragón se establecía como la décima Comunidad Autónoma española respecto al volumen de producción agroalimentaria (INE, 1993).

En 1990, la industria de material de transporte, con una producción de 375.708 millones de pts., junto a la de Alimentación, Bebidas y Tabaco con 188.439 millones de pts., se presentaron como los principales subsectores de la economía aragonesa en cuanto a volumen de producción industrial, suponiendo un 27,6 y un 13,9% respectivamente en el conjunto de la producción industrial aragonesa (INE, 1993).

El VAB generado por este sector industrial en Aragón se cifró en 47.576 millones de pts., suponiendo un 10,2% del valor añadido industrial de esta región. Por tanto, vemos que en esta Comunidad Autónoma la participación del sector agroalimentario en el VAB industrial, sigue siendo inferior que a nivel estatal (14,5%).

Al comparar el porcentaje que supone el VAB respecto de la producción entre el conjunto del sector industrial y el sector alimentario en Aragón, observamos que este ratio es superior en el primer caso que en el segundo (34,2 y 25,2% respectivamente) (INE, 1993). Por todo ello, podemos hablar de un menor grado de industrialización en el sector agroalimentario que en el resto del sector manufacturero, y nos demuestra que aunque su producción está fundamen-

talmente enfocada a satisfacer la demanda final, la IAA aragonesa genera todavía un valor añadido relativamente bajo (Craver, 1990).

Durante 1990, en Aragón, la agroindustria empleaba a 11.495 trabajadores, prácticamente el 13% de la mano de obra industrial de esta Comunidad (INE, 1993).

La producción por empleado, en el conjunto industrial de Aragón, fue de 14,9 millones de pts., mientras que el sector de Alimentación, Bebidas y Tabaco alcanzó los 16,4 millones de pts., sobrepasando la producción media por empleado de la industria agroalimentaria española.

Los costes de personal de la industria agroalimentaria aragonesa en 1990 ascendieron a 19.731 millones de pts., es decir el 2,9% de los costes de personal del sector agroindustrial español. El coste medio por empleado para la IAA en Aragón (1,7 millones de pts.), fue muy semejante al registrado a nivel nacional (1,9 millones de pts.).

El coste medio por empleado para el conjunto de sectores manufactureros de Aragón, en 1990 se cifraba en 2,5 millones de pts. Por tanto, podemos confirmar que los costes por empleado son inferiores en la industria agroalimentaria que para la totalidad del sector industrial, debido en nuestra opinión a la menor cualificación de las personas empleadas en este sector (INE, 1993).

Para analizar la importancia de la IAA aragonesa en España, y en el conjunto industrial de Aragón, hemos utilizado los datos que nos ofrece en 1993 el Instituto Nacional de Estadística (INE) referentes al ejercicio económico de 1990. Sin embargo, dado que el INE obtiene sus datos realizando un muestreo estadístico a nivel nacional, los resultados desglosados por Comunidades Autónomas pueden, en algunos

subsectores, no resultar excesivamente significativos. A fin de dar una visión más precisa de la estructura subsectorial económica y financiera de la IAA aragonesa, tomaremos en cuenta los datos de un estudio reciente sobre las cuentas económicas de la IAA aragonesa en 1991 (Feijóo et al., 1993).

Las industrias sobre las que se ha realizado el mencionado trabajo se refieren a las agrupaciones sectoriales de las ramas 411 a la 428 de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE). Para hacer más homogénea la información se agruparon algunas ramas de acuerdo a la siguiente tabla (Tabla II.1):

Tabla II.1. Relación de sectores CNAE y ramas establecidas.

CODIGOS CNAE	RAMAS
411+412	Aceites y grasas
413	Industrias cárnicas
414	Industrias lácteas
415	Manipulación hortofrutícola
417+418+419	Cereales y derivados para consumo humano
422	Piensos
424+425	Vinos y alcoholes
426+427+428	Otras bebidas
416+420+421+423	Industrias diversas

La unidad básica utilizada en las cuentas es el establecimiento industrial. Sin embargo, es necesario establecer un criterio de medida consistente para poder clasificar las empresas aragonesas en cuanto a su tamaño. La 4ª Directiva de Sociedades de la CE, distingue entre pequeña, mediana y gran empresa atendiendo al número de trabajadores, el activo neto y el volumen de ventas que registran.

1) Pequeña empresa a la que emplea a menos de 50 trabajadores, posee un activo neto de menos de 200 millones de pts., y que realiza unas ventas inferiores a 850 millones

de pts.

2) Mediana empresa a aquella que tiene entre 50 y 250 empleados, su activo neto oscila entre los 200 y 450 millones de pts., y su volumen de ventas entre 850 y 1.750 millones de pts.

3) Gran empresa a la que emplea a más de 250 trabajadores, presenta un activo neto mayor a 450 millones de pts., y su volumen de ventas supera los 1.750 millones de pts.

Siguiendo este criterio comunitario, en Aragón durante 1991 únicamente existían tres grandes empresas agroindustriales, 37 de tipo medio y el resto correspondería a pequeños establecimientos agroindustriales (Feijóo et al., 1992).

La Central de Balances del Banco de España, establece otra clasificación por número de trabajadores:

<u>Intervalos</u>	<u>Clasificación</u>
Hasta 9	Artisanal
10-19	Pequeña-Artisanal
20-49	Pequeña
50-99	Mediana-Pequeña
100-199	Mediana
200-499	Mediana-Grande
desde 500	Grande

De la aplicación de este criterio en Aragón, para 1991 se obtiene que no existen grandes establecimientos agroindustriales, es decir de más de 500 empleados; hay 40 establecimientos de tipo medio, entre 50 y 499 trabajadores; 218 establecimientos pequeños que emplean entre 20 y 49

trabajadores, y el resto corresponden a establecimientos de tipo artesanal.

La aplicación de cualquiera de estas dos clasificaciones se adapta mal al caso aragonés dado el carácter atomizado de la IAA en esta Comunidad Autónoma. Siguiendo a Feijóo et al. 1992, consideraremos como establecimiento industrial a aquel que emplea al menos a cuatro trabajadores, para distinguirlos de los numerosos establecimientos de tipo artesanal que se sitúan en la región.

Por último, señalar que en el trabajo Feijóo et al. (1993), la estimación de las macromagnitudes de la industria agroalimentaria aragonesa se ha efectuado mediante encuesta a una muestra de establecimientos, elevando posteriormente los resultados de ésta al universo global de los establecimientos existentes.

La producción agroindustrial de Aragón durante 1991 se cifró en 294.038 millones de pts. y el empleo en 12.067 trabajadores (Cuadro II.8 y II.9).

Cuadro II.8. Número de establecimientos de la Industria Agro-Alimentaria de Aragón en 1991.

RAMA	EMPLEO		ESTABLECIMIENTOS						TAMANO	
	(nº)	(%)	(1)	(%)	(2)	(%)	(3)	(%)	(4)	
Aceites	289	2,4	36	5,2	2	0,3	38	5,5	7,6	
Carnes	2.755	22,8	92	13,2	24	3,4	116	16,6	23,7	
Lácteas	353	2,9	10	1,4	5	0,7	15	2,1	23,5	
Hortofrut.	1.890	15,7	96	13,8	16	2,3	112	16,1	16,9	
Cereal	2.926	24,2	217	31,1	19	2,8	236	33,9	12,4	
Piensos	789	6,5	45	6,5	11	1,5	56	8,0	14,1	
Vinos	731	6,1	51	7,3	5	0,7	56	8,0	13,1	
Otras beb.	938	7,8	7	1,0	6	0,9	13	1,9	72,2	
Diversas	1.395	11,6	43	6,2	12	1,7	55	7,9	25,4	
Total IAA	12.067	100,0	597	85,7	100	14,3	697	100,0	17,3	

(1) Establecimientos con menos de 20 empleados.

(2) Establecimientos con más de 20 empleados.

(3) Total establecimientos.

(4) Número de empleados por establecimiento.

Fuente: Feijóo et al. 1993 y elaboración propia.

Tanto en cuanto a volumen de producción como de mano de obra empleada, el subsector de cereales con una participación del 25,3% en la producción y del 24,1% en el empleo, y el cárnico con un 23,7%, y un 23,2% respectivamente, se presentan en Aragón como las dos ramas agroindustriales de mayor importancia (Cuadro II.8 y II.9).

En 1991, Zaragoza con 8.656,8 empleados se clasificó como la provincia con mayor número de trabajadores (71,7% del conjunto agroindustrial aragonés), en un segundo lugar Huesca con 1.988,3 (16,5%) y por último Teruel con 1.422,3 empleos (11,8%). Tanto en Huesca como en Teruel, el subsector que empleó durante ese año a mayor número de personas fue el cárnico, mientras que en Zaragoza fue la industria de procesado de cereales (Feijóo et al., 1993).

En 1991, la producción por empleado de la IAA aragonesa se situaba alrededor de los 24 millones de pts. Esta cifra era superada con gran diferencia por la industria de piensos (68 millones de pts./trabajador) (Cuadro II.9).

Las subvenciones a la explotación en la IAA durante 1991 ascendieron a 3.200 millones de pts. (Feijóo et al., 1993), representando alrededor del 1,1% de la producción. Esta cifra no resulta muy representativa, ya que la relación subvenciones/producción varía considerablemente según la rama considerada. La industria de aceites, junto a la de piensos y manipulación y transformación hortofrutícola fueron las que recibieron mayor cantidad de ingresos por este concepto (3,3%, 2,7% y 1,7% respectivamente), debido probablemente al elevado número de cooperativas que integran estas tres ramas agroindustriales, y a su fuerte vinculación con el sector agrario (Cuadro II.9).

Siguiendo el patrón de la estructura productiva del sector alimentario español, uno de los rasgos más caracterís-

ticos de la IAA aragonesa es el predominio de PYMES. Según un estudio realizado por la Asociación de Industrias Agroalimentarias de Aragón en 1991, la agroindustria aragonesa poseía un valor medio de facturación entre los 500 y 1000 millones de pts./año (AIAA, 1991).

Cuadro II.9. Producción y subvenciones a la explotación en la Industria Agro-Alimentaria de Aragón en 1991 (millones de pts. y número de trabajadores).

RAMA	PRODUCCION (%)		PRODUC./ ESTABL.	PRODUC./ TRABAJ.	SUBV./ PRODUC.
Aceites	4.466,5	1,5	117,5	15,5	3,3
Carnes	69.682,5	23,7	600,7	25,3	0,2
Lácteas	9.145,1	3,1	609,7	25,9	0,4
Hortofrut.	38.746,6	13,2	345,9	20,5	1,7
Cereal	74.316,8	25,3	314,9	25,4	0,9
Piensos	53.416,1	18,2	953,8	67,7	2,7
Vinos	14.438,4	4,9	257,8	19,7	0,1
Otras beb.	13.820,7	4,7	1.063,1	14,7	0,0
Diversas	16.005,8	5,4	291,0	11,5	0,8
Total IAA	294.038,5	100,0	421,8	24,4	1,1

Fuente: Feijóo et al. 1993, y elaboración propia.

Durante 1991, en Aragón se situaron 697 establecimientos, de los que más de un 85% (es decir, 597 empresas) contaban con menos de 20 trabajadores (Cuadro II.8).

El tamaño medio de los establecimientos en la IAA aragonesa durante 1991 se situaba en 17,3. La industria de fabricación de bebidas con 72,2 trabajadores/establecimiento, y empleando en 6 de sus 13 empresas a más de 20 empleados, se presenta en Aragón como el subsector agroalimentario con un grado mayor de concentración. Siguiendo este mismo planteamiento, podemos suponer que durante 1991 en esta región, las industrias de aceites y cereales estaban constituidas por pequeñas empresas de corte tradicional, ya que la media de empleados por establecimiento se situaba en 7,6 y 12,4

respectivamente, siendo un 5,2 y un 31,1 respectivamente los porcentajes de empresas que utilizan una mano de obra inferior a 20 trabajadores (de un 5,5% en el caso de la rama de aceites y de un 33,9% en la de cereales, de participación en el conjunto de establecimientos agroindustriales de Aragón) (Cuadro II.8).

Desde el punto de vista territorial, el 63,7% de los establecimientos agroindustriales se localizaban en 1991 en la provincia de Zaragoza, estando además, los de mayor tamaño localizados en ella. Las provincias de Huesca y Teruel representaron el 18,8% y 17,5% respectivamente (Feijóo et al., 1993).

Los consumos intermedios constituyen una parte importante de la producción agroindustrial aragonesa, y es por ello que el valor añadido aún sea relativamente bajo en comparación con el de otros sectores industriales. Los consumos intermedios en 1991 oscilaron entre el 40% sobre el total de la producción que registró la industria de fabricación de bebidas, y el 88% del subsector cárnico, siendo 76,5% el valor de este ratio para el total de la IAA en Aragón. Asimismo, el valor añadido a costes de factores en ese mismo año se situó en 72.021,3 millones de pts (24,1% de la producción agroindustrial). El subsector de otras bebidas con una tasa de valor añadido sobre la producción en 1991 del 57,8%, el de aceites con el 41,7%, y las industrias de productos diversos y lácteas, ambas con el 35,2% y el 34,2% respectivamente, constituyeron las ramas agroindustriales que dirigían en 1991 al mercado productos con un mayor grado de elaboración (Cuadro II.10).

La inversión en la IAA aragonesa durante 1991 supuso el 3,7% de la producción total (10.851 millones de pts.), representando las amortizaciones de las inversiones realizadas en años anteriores el 2,1% del valor de la

producción, y los gastos financieros el 2,8%.

Cuadro II.10. Consumos intermedios y Valor Añadido Bruto a coste de factores en la Industria Agro-Alimentaria aragonesa en 1991 (millones de pts.).

RAMA	CONSUMOS INTERMEDIOS	CONS.INT./ PRODUCCION(%)	VAB c.f.	VAB c.f./ PRODUCCION(%)
Aceites	2.744,3	61,4	1.864,8	41,7
Carnes	61.311,5	88,0	8.173,7	11,7
Lácteas	6.028,2	65,9	3.130,9	34,2
Hortofrut.	26.763,1	69,1	12.557,6	32,4
Cereal	60.822,2	81,8	13.935,6	18,7
Piensos	40.823,6	76,4	13.935,2	26,1
Vinos	10.399,2	72,0	3.799,4	26,3
Otras beb.	5.579,4	40,4	7.986,6	57,8
Diversas	10.470,7	65,4	5.638,3	35,2
Total IAA	224.942,2	76,5	72.021,3	24,1

Fuente: Feijóo et al. 1993 y elaboración propia.

Comparando estos porcentajes entre las diferentes ramas agroindustriales se deduce que el subsector de transformación y manipulación hortofrutícola (2,8% en amortizaciones, 4,4% en gastos financieros, y 6,1% en inversiones, respecto de la producción) y la industria de cereales (2,8%, 2,8%, y 4,4% respectivamente) vienen llevando a cabo durante los últimos años un gran esfuerzo inversor. Asimismo, se observa una fuerte inversión durante el ejercicio económico de 1991 en la industria de vinos (8,2% el volumen de inversiones respecto de la producción). Además, las mayores tasas de amortización sobre la producción que registran los subsectores de fabricación de productos diversos y hortofrutícolas constituyen un indicio de que se trata de las ramas agroindustriales con una mayor y/o más moderna infraestructura productiva (Cuadro II.11).

Respecto a los costes de personal que soportaba el sector agroindustrial aragonés en 1991, cabe destacar que

según siendo reducidos a causa del bajo nivel de cualificación del personal empleado. Estos ascendieron a 27.138 millones de pts., siendo la media para el conjunto del sector de 2,2 millones de pts por trabajador. El subsector de piensos y el de bebidas fueron los que presentaron unos gastos de personal por trabajador más elevados (2,7 y 2,6 millones de pts./trabajador) debido en parte a que sus procesos productivos les exigen una mayor preparación de la mano de obra (Cuadro II.12).

Cuadro II.11. Inversión, amortizaciones y gastos financieros en la Industria Agro-Alimentaria de Aragón en 1991 (millones de pts.).

RAMA	INVERSION	INVERSION/ PRODUCCION	AMORTIZACION/ PRODUCCION	G.FINANC./ PRODUCCION
Aceites	104,2	2,3	1,6	2,0
Carnes	1.588,2	2,3	1,1	1,7
Lácteas	192,3	2,1	2,3	3,8
Hortofr.	2.358,8	6,1	3,2	4,4
Cereal	3.297,3	4,4	2,8	2,8
Piensos	999,1	1,8	1,3	1,9
Vinos	1.184,6	8,2	2,1	6,6
Otras beb.	636,8	4,6	1,2	0,4
Diversas	490,1	3,1	3,5	4,2
Total	10.851,4	3,7	2,1	2,8

Fuente: Feijóo et al. 1993, y elaboración propia.

Cuadro II.12. Costes de personal en la Industria Agro-Alimentaria aragonesa en 1991 (millones de pts.).

RAMA	COSTES DE PERSONAL	COSTES PERSONAL/EMPLEADO
Aceites	455,3	1,6
Carnes	5.933,8	2,1
Lácteas	831,6	2,3
Hortofrut.	4.544,0	2,4
Cereal	7.076,9	2,4
Piensos	2.167,3	2,7
Vinos	970,2	1,3
Otras beb.	2.473,9	2,6
Diversas	2.687,7	1,9
Total IAA	27.138,0	2,2

Fuente: Feijóo et al. 1993 y elaboración propia.

Finalmente cabe destacar que el ámbito de influencia de las ventas de las empresas agroalimentarias aragonesas se limita fundamentalmente al mercado local y regional. Sólo en aquellas que la facturación supera los 1000 millones de pts. al año el mercado es regional y nacional. En lo referente al mercado exterior, en 1991 alrededor de un 50% de ellas no exportaban, y el 75% de las restantes lo hacían en un porcentaje muy reducido (1%), siendo los principales mercados de destino Francia y Reino Unido (AIAA, 1991).

En conclusión, la producción de la IAA aragonesa se caracteriza por el alto volumen de consumos intermedios que utiliza en su proceso productivo, de ahí se deriva en parte el bajo valor añadido que todavía genera; por la gran importancia que tiene el factor trabajo, a pesar de que suele ser de baja cualificación y por tanto los costes en personal no significan una carga demasiado pesada para la empresa y, en tercer lugar, por su bajo nivel tecnológico, aunque se está observando, sobretodo en determinadas ramas, un proceso de ampliación del capital utilizado.

La industria agroalimentaria, al igual que ocurre a nivel comunitario y estatal, es uno de los sectores más importantes y con mayor potencial de desarrollo dentro de la economía aragonesa, adaptándose bastante bien a lo que está ocurriendo a nivel nacional en cuanto a reestructuración del proceso productivo y número de establecimientos agroindustriales. El empresario aragonés es, en nuestra opinión, consciente del progresivo cambio de las condiciones del mercado como consecuencia de la internacionalización del sistema agroalimentario.

III. Consecuencias para la Industria Agro-Alimentaria del Mercado Unico Europeo

III.1. La Ley Alimentaria de la Comunidad Europea

En junio de 1985, la Comisión de las Comunidades Europeas (CCE) elaboró lo que sería el Libro Blanco del Mercado Interno, en el que se sentaban las bases de lo que a partir del 31 de diciembre de 1992 iba a ser el MUE. Posteriormente este Libro Blanco ha estado sujeto a sucesivas revisiones (Primer, Segundo y Tercer Informe sobre el Libro Blanco de la CCE, en 1986, 1987 y 1988 respectivamente).

La CCE ha ido ofreciendo una amplia gama de estudios relativos a aspectos específicos de la implantación del MUE. Al mismo tiempo que ha ido ampliando la legislación existente a fin de cubrir, de la mejor manera posible, las posibles carencias y/o deficiencias que han surgido en las diferentes áreas que regula. El MUE supone, en su primera acepción, la desaparición de fronteras entre los doce países integrantes de la CE. Este hecho implica la libre circulación de bienes, personas, capitales, y servicios a través de todo el territorio comunitario, comportando considerables ventajas en la reducción de costes y mejoras en la competitividad de la industria europea.

Según el estudio de la Comisión "Cost of non Europe" (1988a), basado en el informe Cecchini, la implantación de un mercado alimentario integrado, conlleva un ahorro que oscila entre los 500 y 1000 millones de ECUS/año. Esto se deriva principalmente de la armonización de las normativas referentes al etiquetado y empaquetado, de la eliminación de las barreras al comercio y de la reducción de los gastos en procesos burocráticos que han ido soportando durante todos estos años las industrias agroalimentarias de la CE.

Según Cecchini, en 1988 persistían más de 200 barreras no arancelarias que protegían a las IAA domésticas de la competencia de las del resto de países de la CE. Mayoritariamente afectaban a diez tipos de productos: pasteles y bollería; chocolate y confitería; helados; cerveza; aguas minerales; bebidas analcohólicas; licores; pastas; sopas y alimentos infantiles (Cecchini, 1988).

Según este informe, las barreras al comercio intracomunitario pueden ser clasificadas en 5 grupos bien definidos atendiendo al tipo de restricción que aplican. (Cuadro III.1).

Cuadro III.1. Clasificación de las barreras al comercio intracomunitario por tipo de restricción aplicada.

TIPO DE RESTRICCIÓN	Nº	% TOTAL
Restricciones específicas a las importaciones	64	29,4
Leyes referentes al empaquetado/etiquetado	68	31,2
Restricciones específicas a los ingredientes	33	15,1
Regulaciones del contenido y denominación	39	17,9
Discriminaciones fiscales	14	6,4
TOTAL	218	100,0

Fuente: "The economics of 1992". Comisión de las Comunidades Europeas. European Economy, 35, marzo 1988.

Ya en el Libro Blanco de junio de 1985, la Comisión identificó tres principales categorías de barreras a la libre circulación de bienes, servicios, personas y capital que deberían ser eliminadas para la creación del Mercado Unico: las barreras físicas; las barreras técnicas y

las barreras fiscales (Agra Europe, 1989).

Según las estimaciones que se exponen en el Informe Cecchini, la abolición de los controles en frontera supone, además de grandes cambios a nivel estructural, importantes reducciones de costes, tanto para el Gobierno como para la industria. También se espera un efecto dinamizador como resultado de un 1% de ganancia en las exportaciones; el incremento en un 3,2% de las importaciones y la mayor participación en el comercio intracomunitario de terceros países.

Este objetivo, obviamente, es imposible de lograr sin una previa eliminación de las enormes diferencias fiscales que existen actualmente entre los estados miembros, y sin la adopción del principio de "mutua aceptabilidad" que implica la desaparición de las barreras técnicas (Agra Europe, 1992).

Para la IAA, la total abolición de los obstáculos al comercio intracomunitario parece ser un objetivo difícil de alcanzar a corto plazo. Ello es debido a una serie de factores endógenos y exógenos que inciden sobre ella, entre los que podemos destacar (Smith, 1990):

- En primer lugar, la gran protección a la que se han visto sometidas las IAA domésticas por parte de los gobiernos de los países comunitarios. Como ya se ha apuntado anteriormente, actualmente persisten un gran número de barreras al comercio de productos agroalimentarios entre los diferentes estados de la CE.

- En segundo lugar, la fuerte vinculación con el sector agrícola, como principal fuente de abastecimiento de materias primas. Ello impide la rápida y completa abolición de las diferentes barreras, ya que la opinión pública es

extremadamente reacia a la eliminación de los obstáculos al comercio en materia agrícola.

En este sentido se puede destacar que, desde la VIII Ronda Uruguay del GATT que comenzó en septiembre de 1986, se han intentado dar soluciones para la progresiva eliminación de la protección a la agricultura. A pesar de los esfuerzos realizados por las diferentes partes contratantes, aún no se ha llegado a un acuerdo. Ello se debe, principalmente, a la divergencia entre las posiciones de partida de las principales áreas económicas implicadas en las negociaciones.

La posición de partida de Estados Unidos se presentaba como la más liberalizadora, ya que pretendía la "opción cero" tanto en la reducción de los subsidios a la exportación como en la reducción de las barreras al comercio. La CE, sin embargo, partía de una postura totalmente opuesta ya que proponía la reducción de la protección en un número de años indefinido, una revisión de las normas del GATT en relación a los subsidios y las excepciones, poniendo especial énfasis en la necesidad de adoptar medidas a corto plazo. Japón, por otro lado, representaba la posición más proteccionista ya que proponía la reducción de los subsidios a la exportación debido a que su poco competitiva agricultura le permite exportar muy poco.

Podemos concluir que en caso de un próximo acuerdo, la propuesta de la CE en la Ronda Uruguay puede ser calificada como minimalista ya que como mínimo se aplicará en la CE, maximizando la cuantía del apoyo y los instrumentos a aplicar (Barceló, 1991).

- En tercer lugar, hay que hacer mención a la complejidad de las legislaciones nacionales que supervisan la agroindustria en cada uno de los países comunitarios. Ante



estas dificultades, la Comisión estudió la posibilidad de armonizar las legislaciones nacionales de los doce en base a una Ley Alimentaria.

En un informe la CCE estableció 4 directrices que deberían ser seguidas por todos los estados integrantes de la CE (CCE, 1985). Estas son: protección de la salud pública; provisión adecuada de información y protección a los consumidores; permitir el libre comercio y provisión de los controles públicos necesarios (Agra Europe, 1989).

Estas cuatro directrices persiguen conjuntamente tres objetivos (Smith, 1990): permitir a las IAA la libertad de uso de la nueva tecnología y el desarrollo de nuevos productos; asegurar a los consumidores la salud y la adecuada información relativa al contenido y calidad de los productos y evitar la imposición por parte de los estados miembros de rígidas normativas a sus industrias alimentarias o a los oferentes de importaciones.

Posteriormente a la implantación de estos cuatro principios guías, la Comisión intentó identificar aquellas áreas en las que la legislación no existía o se estimaba que era insuficiente o inadecuada. En la Comunicación de la Comisión al Consejo del 24 de octubre de 1989 se propusieron las directivas que cubrirían las seis principales áreas de la legislación alimentaria:

1) Referentes a los aditivos alimentarios y que constituían una remodelación y ampliación de directivas ya existentes. Fueron adoptadas el 21 de diciembre de 1988.

2) Sobre materiales y artículos en contacto con los productos alimentarios. Estas supusieron un reforma de las anteriormente establecidas en "La Legislación Comunitaria en productos alimentarios" de 1985. Al igual que el grupo

anterior, se aprobaron el 21 de diciembre de 1988.

3) Sobre productos para usos nutricionales específicos. También se constituyeron como una reforma de las adoptadas con anterioridad.

4) Relativas al etiquetado. Supusieron una reforma de las adoptadas con anterioridad, además de ampliar la legislación en los puntos que se estimó insuficiente.

5) Referentes a la inspección y control alimentarios. Estas directivas fueron de nueva creación en 1988.

6) Directivas para determinados alimentos como, por ejemplo, el jamón. Estas se establecieron por primera vez en 1988.

Estas seis áreas se convertirían en el foco de la Ley Alimentaria de la Comunidad Europea (Agra Europe, 1989).

Desde que en 1985 empezó a funcionar la Ley Alimentaria en toda el área comunitaria, ha sido y sigue siendo objeto de sucesivas ampliaciones y remodelaciones por parte de la Comisión. La Ley Alimentaria supone un instrumento de gran utilidad para la realización del MUE, ya que permite la armonización de las diferentes normas referentes a los productos alimentarios vigentes en los países miembros. Esta constituye el paso previo a la libre circulación de bienes en el territorio comunitario, para que el principio de mutua aceptabilidad se acepte y sea cumplido por parte de los países de la CE sin conflictos.

III.2. Implicaciones para la Industria Agro-Alimentaria de la implantación del Mercado Unico Europeo

La liberización de los intercambios como consecuencia de la implantación del Mercado Unico Europeo, conlleva grandes modificaciones en el espacio económico y en la estructura productiva de la IAA comunitaria. Sin embargo, la duda no surge sobre si las empresas se adaptaran o no a este nuevo marco, sino respecto a la dirección en que esos cambios se van a producir, cuánto tiempo tardará en darse dicha reestructuración, y cómo se corregirán los posibles efectos negativos que puedan aparecer (Rodríguez-Zúñiga et al., 1992). En este apartado nos centraremos en el impacto económico y estructural que puede tener sobre la IAA la creación del MUE.

III.2.1. Efectos Económicos

El efecto económico global de la integración de las economías europeas resulta difícil de estimar, ya que nadie conoce a ciencia cierta el efecto dinámico que puede causar. Los principales beneficios económicos que puede obtener la IAA se derivan fundamentalmente de: 1) la eliminación de los controles en frontera; 2) la liberalización de la gestión pública; 3) la desregularización de los servicios financieros; y, 4) los incrementos en la oferta provocados por los menores costes de los inputs.

Resulta, quizás, más sencilla la evaluación del coste de la no integración del mercado alimentario.

Cecchini estimó que la implantación del MUE suponía una ganancia total del 5,3% del PNB, es decir, alrededor de unos 216 millones de ECUS y una reducción de los

precios a los consumidores de un 6%, además de un incremento de 1,8 millones en puestos de trabajo (aproximadamente el 2% de la mano de obra de la CE en 1991) (Cecchini, 1988) (Cuadro III.2).

Cuadro III.2. Ganancias potenciales en el bienestar económico derivados de la integración del mercado.

GANANCIAS	MILLONES ECUS	% PNB
* Ganancias por la eliminación de las barreras que afectan al comercio	8-9	0,2-0,3
* Ganancias por la eliminación de barreras que afectan a toda la producción	57-71	2,0-2,4
GANANCIAS POR LA ELIMINACION DE LAS BARRERAS (SUB-TOTAL)	65-80	2,2-2,7
* Ganancias derivadas de la generación de economías de escala	61	2,1
* Ganancias por el incremento de la competencia y reducción de ineficiencias en el negocio y beneficios monopólicos	46	1,6
GANANCIAS DE LA INTEGRACION DEL MERCADO (SUB-TOTAL)	62-107	2,1-3,7
TOTAL		
Para los 12 estados miembros en precios de 1988.....	174-258	4,3-6,4
Media.....	216	5,3

Fuente: "The economics of 1992". Comisión de las Comunidades Europeas. European Economy, 35, marzo 1988.

Como hemos visto anteriormente, un alto porcentaje de barreras al comercio se concentran en el sector agroalimentario. A pesar de la existencia de un gran número de restricciones específicas a este mercado, ha sido el foco de continuos ataques por parte de los legisladores y de la Corte de Justicia Europea.

Resulta imposible calcular exactamente el beneficio total derivado de la abolición de las barreras

no arancelarias y a la importación que soporta actualmente la IAA europea. Sin embargo, en el año 1988 la Comisión estimó el efecto de la desregularización del transporte; de la armonización del etiquetado y de la eliminación de las barreras no arancelarias para la IAA, pronosticando un ahorro de 440 a 975 millones de ECUS (Agra Europe, 1989).

De todos modos, se espera obtener ventajas directas importantes de la eliminación de los obstáculos normativos sobretudo en el comercio de aceites y grasas; pasta; sacarina; cerveza; chocolate y helados, aunque previsiblemente los beneficios económicos indirectos de la integración lleguen a ser más relevantes que los directos (Calcolo, 1991):

En primer lugar, cabe destacar la reducción de costes resultante de la creación de economías de escala a nivel técnico y productivo y de la mayor cualificación de los recursos humanos. A pesar de que es un efecto difícil de estimar, parece obvio pensar que se producirá un crecimiento importante del output, como consecuencia de la reestructuración de procesos, sobretudo en determinados subsectores productivos.

También se espera la generación de economías de escala no técnicas. Aunque frecuentemente son consideradas de menor importancia, son fundamentales para aumentar la eficacia de las funciones de promoción de ventas, I+D, gestión, financiación y publicidad (Smith, 1990).

En segundo lugar, hay que destacar que cualquier mejora en el comercio conlleva un efecto dinamizador para la economía del país o grupo de países. Ello influye de manera positiva en la competitividad y genera beneficios para los consumidores vía precios finales. Al igual que ocurre en la generación de economías de escala, la magnitud

de este efecto es imprecisa ya que hasta cierto punto depende del comportamiento y reacción de las mayores empresas del subsector considerado (Martín, 1992; Smith, 1990).

III.2.2. Efectos Estructurales

El Libro Blanco contiene un aviso de particular importancia para la industria alimentaria: "el progreso paulatino hacia la integración del mercado europeo se basa en el proceso de administración eficiente de un prolongado y positivo shock de la economía comunitaria y en la provisión de un más amplio y dinámico mercado. Este shock es el producto de una política de oferta europea que busca destruir barreras profundizando en el desarrollo del mercado y provocar un beneficio directo sobre la demanda europea y mundial" (CCE, 1988).

Un mercado europeo sin barreras a la circulación de capitales, bienes, servicios y mano de obra, inevitablemente puede ofrecer oportunidades y amenazas para las economías de los países integrantes.

El comercio de productos agroindustriales está afectado por la aplicación de los Monetary Compensatory Amount (MCA's). Estos son los importes pagados en el comercio de los productos que regula la Política Agraria Común a fin de eliminar los efectos de la aplicación de los "tipos verdes". La abolición de los MCA's, la disminución de los controles gubernamentales y de los mecanismos reguladores debe producir una concentración de la producción de ciertos bienes en determinadas áreas. Es decir, podemos esperar una relocalización de los recursos productivos, atendiendo al concepto de ventaja comparativa entre las regiones (Agra Europe, 1992; AIAA, 1990).

Es previsible que se produzcan ajustes en la industria agroalimentaria a fin de explotar las oportunidades que se le ofrece. Una considerable racionalización estaba ya presente en la IAA europea antes de que el MUE se asumiera. Las empresas comunitarias, ya percibían la necesidad de expandirse mediante un crecimiento interno o a través del crecimiento externo (fusionándose o adquiriendo empresas competidoras). Gran parte de las fusiones estuvieron motivadas por un deseo de vencer las restricciones nacionales en los accesos a los mercados, provocando de esta manera, una estratificación creciente de la industria agroalimentaria en unas pocas empresas muy grandes operando a través de fronteras, y un gran número de pequeñas empresas nacionales todavía protegidas por legislaciones nacionales y otras normativas (Calcolo, 1991).

Según la Comisión, el crecimiento externo por parte de una empresa conlleva dos importantes ventajas frente al crecimiento interno (CCE, 1989).

En primer lugar, la empresa que haya optado por la expansión externa, obtiene un rendimiento más rápido que la empresa que ha adoptado la primera vía de crecimiento, dado el tiempo necesario para amortizar las inversiones en inmovilizado fijo realizadas.

En segundo lugar, la adquisición de un competidor provoca un incremento automático de la cuota de mercado del comprador, expandiendo su mercado y su capacidad para producir un mayor volumen de bienes y/o ampliar su línea de productos. A menudo, esta resulta ser la vía más rápida para entrar en nuevos mercados geográficos y/o de productos. Por otra parte, la adquisición de marcas ya consolidadas parece ser una estrategia eficaz para conseguir una parte del mercado sin ampliar la producción total. Este es un factor crucial para evitar una caída de los beneficios globales en

un subsector industrial caracterizado por una lenta expansión de la demanda (Smith, 1990).

Se puede hablar de una aceleración del índice de fusión en las industrias agroalimentarias de la CE después del Acta Única de 1987 -más acusada en los estados miembros del norte que en los del sur-, aunque el mercado alimentario europeo sigue estando menos concentrado que el americano (Calcolo, 1991).

A pesar de esta evolución positiva del índice de fusión, la Comisión reconoció hace ya algunos años la ausencia de un marco europeo de reglas y prácticas legales que regulen los obstáculos institucionales con que se encuentran las fusiones de empresas agroalimentarias. Este hecho acarrea fundamentalmente dos dificultades: por un lado los altos costes organizativos y administrativos soportados por las empresas multinacionales comunitarias (que a menudo son pagados por duplicado) y, por otro, la desventaja que supone el que las fusiones a través de fronteras no sean percibidas como operaciones europeas (Smith, 1990).

Analizando las principales causas del crecimiento interno de las IAA europeas, observamos que es un resultado del incremento de la competitividad a nivel intracomunitario.

Además de los consabidos efectos en precios, se prevee que la mayor competencia entre las empresas alimentarias europeas suponga un aliciente para la mejora en la organización de éstas, y para la elaboración de productos de mayor calidad, en especial a través de la innovación de producto (Myro, 1992; Muñoz, 1992).

En la IAA, la innovación de productos es aún un arma poderosa para luchar contra la competencia. Esta

estrategia necesita de grandes inversiones, tanto en I+D para establecer nuevas tecnologías, como en las políticas de marketing para respaldar la imagen de la marca. Uno de los campos de innovación que durante los próximos años posiblemente presente un desarrollo más acusado es la biotecnología, puesto que permite la creación de productos altamente diferenciados de los ya existentes (AIAA, 1991).

La automatización puede también jugar un papel relevante en la innovación de producto a partir de la implantación del MUE, ya que es indispensable para mejorar la calidad de las producciones, especialmente en lo que se refiere a la conservación de alimentos. Esto es particularmente cierto en el caso de la panadería industrial, las galletas, los dulces y aperitivos, la pasta y el pescado procesado. Sin embargo, actualmente la automatización sigue fundamentalmente orientada a conseguir una diferenciación de los productos mediante la introducción de nuevos materiales de envasado.

En general, los cambios técnicos van a tener un efecto significativo en la estructura futura de la IAA. Ofrecerán numerosas oportunidades para el desarrollo y cambios en el proceso productivo, en las materias primas, y en los productos finales. Aunque todo ello dependerá del potencial del subsector considerado, el impacto se sentirá a través de todo el sistema alimentario (AIAA, 1991; Calcolo, 1990).

La armonización de las leyes alimentarias, por otra parte, también permitirá importantes oportunidades de crecimiento para las empresas que ahora operan únicamente a nivel local.

Desde el punto de vista del consumidor, el MUE ofrece ventajas derivadas principalmente del creci-

miento de las importaciones, del incremento de la producción y de la mayor variedad de productos alimenticios elaborados por las empresas domésticas. Este hecho supone para el comprador una ampliación del campo de elección, además de unos precios finales más reducidos.

En conclusión, podemos decir que tras el proceso de ajuste a las nuevas circunstancias, los lazos económicos creados tendrán efectos positivos en la productividad y eficiencia, mejorando consecuentemente el bienestar de los consumidores y de algunos productores de la Comunidad.

El MUE supone oportunidades para las IAA de los países de la CE. Los beneficios directos pueden llegar a ser importantes como la ampliación del mercado y el aumento de la producción y el empleo, pero a largo plazo serán más relevantes los indirectos, derivados principalmente del incremento de la competencia.

El incremento de la competencia conllevará la paulatina desaparición de aquellas empresas menos eficientes, que en años previos no se hayan visto sometidas a una reestructuración de procesos, soportando costes altos y sin un aprovechamiento óptimo de las economías de escala. En resumen, el MUE ofrece el marco adecuado para que la IAA se configure como un sector compuesto por una serie de empresas competitivas, eficientes y flexibles.



IV. Perspectivas sectoriales de la Industria Agro-Alimentaria en la Comunidad Europea y en España

La IAA en la Comunidad Europea, como hemos apuntado anteriormente, es uno de los sectores de mayor importancia para la economía de la CE. La producción agroindustrial supone alrededor del 8% del total manufacturado en la CE, cifrándose en 1.989 en 350.451 millones de ECUS; y el empleo, siguiendo la tendencia decreciente que lo ha venido caracterizando durante los últimos años, fue de 2,2 millones de puestos de trabajo.

La IAA es un sector que nunca ha experimentado grandes crecimientos ni ha sufrido grandes crisis. Tampoco ha sufrido importantes procesos de reestructuración, sobretodo en España ya que la agroindustria española está constituida por un elevado número de establecimientos de reducida dimensión y la fuerte inversión necesaria para la modernización es inaccesible a estas pequeñas empresas. El consumo agroalimentario se desplaza hacia aquellos productos con mayores componentes tecnológicos y de servicios, adquiriendo de esta forma gran relevancia las actividades de investigación.

La entrada en vigor del MUE, junto a estos fenómenos ha dado lugar a que las empresas agroalimentarias europeas adopten tres tipos de estrategias. En primer lugar la concentración tanto de la producción como geográfica; en segundo, la penetración de capital extranjero en sus establecimientos y, en tercer lugar, la diversificación de la producción (MIE, 1989).

En este capítulo se pretende exponer la situación y las tendencias futuras para los principales ramas que integran la agroindustria en la CE. Para ello utilizaremos la clasificación de subsectores por orden de importancia en la producción agroindustrial que expusimos en el capítulo segundo, es

decir: las industrias cárnicas, lácteas, piensos, galletería y bizcochería, aceites y grasas, productos congelados, conservas hortofrutícolas, harinas y productos diversos. Como los últimos datos comunitarios disponibles se refieren a 1989, a efectos comparativos, utilizaremos también para España los datos de ese año, a pesar de disponer de otros más recientes.

IV.1. Industrias cárnicas

Tanto el consumo como la producción de productos cárnicos en Europa varía dependiendo del país y del tipo de carne considerada.

El consumo de productos cárnicos en 1.989 fue de 65.853 millones de ECUS, siendo los principales países consumidores Alemania, Francia, Italia y Reino Unido. Tanto la carne porcina, como vacuna y ovina han presentado durante los últimos años en la CE importantes incrementos en el consumo, siendo la demanda en carne de cerdo la mayor con diferencia entre estos tres tipos de carne considerados. Las perspectivas de consumo comunitario para los próximos años son de un incremento del 0,7% en vacuno, ternera y cordero, siendo previsible que la demanda de cerdo continúe con la tendencia decreciente registrada últimamente (alrededor del 0,6%) (Calcolo, 1.991).

La producción de las industrias cárnicas de la CE en 1989 supusieron aproximadamente un 18,7% del total de la producción agroindustrial, es decir 65.541 millones de ECUS (Calcolo, 1991). En España este ratio se situó en 17,9%, siendo también el principal subsector agroindustrial en cuanto a volumen de producción (INE, 1992).

Durante el período 1986-89 todos los países de la

CE registraron un incremento en el valor de la producción cárnica, aunque la importancia y la tasa de crecimiento varía dependiendo del país y del tipo de carne. Así por ejemplo, el subsector cárnico español que está compuesto fundamentalmente por pequeñas y medianas empresas concentradas geográficamente, presentó un incremento en la producción de embutidos (MIE, 1989).

En la CE la producción por tipo de carne se presentó de la siguiente manera: la carne de cerdo se incrementó en 8,4% hasta 1.988, registrando un descenso de 1,9% durante 1.989; la producción de vacuno desde 1.986 ha presentado una tendencia decreciente, suponiendo en 1.989 una disminución de 2,9 puntos porcentuales debido principalmente al incremento de los precios internacionales y a la disminución de los precios del forraje, provocando una expansión de la ganadería; y la producción de carne ovina en 1.989 fue un 5% superior a la registrada en 1.988. Para los próximos años se espera incrementos considerables en la producción tanto en carne de ovino (5,3%), de vacuno (1,1%), como en porcino (0,8%) (Calcolo, 1.991).

Desde la creación de la CE, la estructura productiva del sector avícola ha cambiado de manera espectacular. Este tipo de carne presentó durante el período 1.982-89 un incremento de un 18% en la producción, situándose en 1.989 en 6,1 millones de toneladas. Se espera un incremento de la producción para los próximos años de un 1,5%, aunque a una tasa todavía inferior a la del consumo (2,5%) (AVEC, 1991).

El empleo presenta desde 1986 un crecimiento importante (6,1%). Hay que tener en cuenta, sin embargo, que esta elevada tasa puede ser debida a la fuerte expansión en puestos de trabajo experimentada por Reino Unido (Calcolo, 1991). En España en 1989 se produjo un ligero crecimiento del empleo, situándose cerca de los 55.000 puestos de trabajo

(INE, 1992).

Los dos hechos que caracterizaran al subsector de carne vacuna, ovina y porcina, durante los próximos años son el incremento en la concentración de las empresas y una competencia más estrecha entre éstas en el proceso de transformación, forzando al descenso de los márgenes. Este último hecho viene como resultado de la reducción en la demanda de sacrificio de ganado.

Ambas tendencias, junto a las fuertes exigencias de la CE en cuanto a equipamiento de plantas, darán probablemente como resultado una considerable reducción del número de mataderos menos eficientes y con un nivel de oferta inferior (UEEA, 1991). En España se espera que se incrementen las exportaciones de elaborados cárnicos a razón de la eliminación de las restricciones establecidas por la CE como consecuencia de la peste porcina africana (MIE, 1989).

La tendencia predominante en Europa en carne de ave es la diferenciación de los productos, la concentración de la producción tanto en términos de estructura como geográficamente y la intensificación de la competencia, debido a la rápida evolución de los diferentes productos de carne de ave procesada (AVEC, 1991).

Las perspectivas de crecimiento en este subsector son muy favorables. Esto se debe fundamentalmente a: las ventajas en materia de precios que ofrecen las carnes de ave frente a otros tipos de carne; las preferencias de los consumidores que apuntan cada vez en mayor medida hacia este tipo de carnes bien sea por sus características nutritivas y/o por su conveniencia y a la fuerte reducción de los costes de producción como consecuencia de la caída en los precios de los piensos (Barceló, 1991).

IV.2. Industrias lácteas

En 1989, la producción de las industrias lácteas de la CE supusieron un 18% aproximadamente del total de producción agroindustrial, siendo los principales productores Francia y Alemania (ASSILEC, 1991). En España, sin embargo esta rama tuvo una participación del 11,8% (INE, 1992).

El consumo, aunque creciente durante los últimos años, sigue siendo inferior a la producción. Así por ejemplo en 1989 la producción era de aproximadamente 63.000 millones de ECUS, y el consumo de 59.000 (ASSILEC, 1991). La industria láctea española, está constituida por medianas empresas, y su producción en 1.989 se incrementó ligeramente debido al crecimiento de la producción de helados (MIE, 1989).

Las medidas impuestas por la Política Agraria Común (PAC) como el sistema de cuotas de producción y los sistemas de abandono de las explotaciones lecheras menos rentables y más marginales han provocado una fuerte transformación en el sector lácteo de la CE. Entre los cambios que se han producido podemos destacar la considerable reducción del número de explotaciones lecheras, así como un gran aumento del índice de concentración de las empresas, que generalmente se ha llevado a cabo mediante adquisiciones y fusiones.

El incremento en la concentración del sector junto al alza de los precios lácteos durante los últimos años, ha llevado a un fuerte crecimiento de la producción y por consiguiente a la reaparición de excedentes (Barceló, 1991).

Para los próximos años podemos esperar que se mantengan en la CE los excedentes en la producción láctea como resultado del incremento de la productividad provocado por la disminución de los costes en la alimentación ganadera, y el incremento en los rendimientos debido a la mejora

tecnológica que, sin embargo, no viene acompañada de unas perspectivas favorables en el consumo (Barceló, 1991).

En toda el área comunitaria el sector de los derivados lácteos se ha visto afectado por la reducción del contenido de grasas animales en la dieta alimenticia y el cambio en la conservación de los productos, en el envasado, en el transporte y en los sistemas de distribución utilizados. Por ello últimamente estamos presenciando un incremento de la producción de leche con bajo contenido en grasa y de productos lácteos envasados y sin marca (ASSILEC, 1991).

Dentro de la gama de productos lácteos los que mejores perspectivas en el consumo presentan son el queso y los productos transformados como el yogurt. La tendencia también se dirige hacia un incremento de la leche fresca y en polvo, mientras que para la mantquilla se espera un descenso en el consumo (CEZ, 1990).

La industria de derivados lácteos está creciendo lentamente en toda la CE. Se caracteriza por ser un sector dinámico y adaptarse rápidamente a los cambios en la organización industrial (ASSILEC, 1991).

Durante los próximos años, el MUE propiciará las reformas necesarias en la estructura productiva de las industrias lácteas. El desarrollo de los subsectores más dinámicos ofrecerá nuevas oportunidades a las grandes empresas. Entre éstas se encuentra el poder realizar un eficaz marketing de nuevos productos a través de grandes campañas de publicidad, una mayor diversificación de los productos y la utilización de redes de venta más complejas (ASSILEC, 1991).

En el consumo de productos lácteos en Europa se observan diferentes tendencias entre las diversas líneas de

productos, incluso entre productos de la misma categoría, motivado por varias causas, como pueden ser la estacionalidad, los factores climatológicos, etc (AIAA, 1991).

El empleo de la industria láctea de la CE supone alrededor del 12% del total agroindustrial. En España, sin embargo, únicamente representa el 7,1% (ASSILEC, 1991; INE, 1992). Desde 1980 éste presenta una tendencia decreciente como consecuencia de los límites impuestos a la producción de leche (cuotas), y a las innovaciones tecnológicas (la fuerte automatización y modernización del sector que se está produciendo). Esto también explica el relativamente importante crecimiento de la productividad por empleado que venimos observando durante los últimos años en el conjunto de la industria láctea europea (ASSILEC, 1991).

IV.3. Industria de alimentación animal

La industria de productos para alimentación animal se puede clasificar en productos para la alimentación de animales de granja y productos para la alimentación de animales domésticos. En la CE tienen mayor importancia los primeros, tanto en cuanto a producción como a consumo y empleo. La participación de la producción de alimentos para animales en la producción agroindustrial es más importante en España que para el conjunto de la CE. Así, por ejemplo, en 1989 para la CE este ratio se situaba alrededor del 8%, y para España fue del 11,3% (FEDIAF, 1991; FEFAC, 1991; INE, 1992).

El sector de productos para alimentación de animales de granja se caracteriza por depender básicamente de los niveles de consumo de los diferentes tipos de ganadería a los que se dirigen estos productos. La producción, por tanto, durante los últimos años ha seguido la tendencia

creciente del consumo, situándose ambas en 1989 prácticamente al mismo nivel (27.523 millones de ECUS de producción, y 27.362 de consumo).

Los piensos para cerdos son los que representan una mayor participación dentro de la producción de esta industria. Sin embargo, este sector ofrece pocas posibilidades para futuras expansiones debido a tres motivos fundamentalmente: en primer lugar, la saturación del mercado comunitario para productos de alimentación animal; en segundo, la carencia de sentido de las exportaciones a larga distancia, ya que hablamos de un producto que presenta un bajo valor añadido, y por último, la insuficiencia de los reembolsos a las exportaciones garantizados por la PAC, para crear mercados regulares en terceros países (FEFAC, 1991).

Desde hace algunos años Europa está asistiendo a un proceso de disminución de empresas privadas y cooperativas en este sector y a una mayor integración entre la producción de piensos industriales y la ganadería. Este hecho ha acentuado la competencia entre las empresas europeas, provocando que éstas reaccionen desarrollando nuevos mercados, diferenciando e incrementando la calidad de los productos y reduciendo los costes en base a la adopción de nuevas materias primas y tecnologías (CEZ, 1990).

En España no se ha producido aún este fenómeno, ya que durante el período 1986-1989 la tasa de crecimiento interanual del número de establecimientos se situó en 4,9% siendo el 94,5% pequeñas empresas de menos de 49 empleados (INE, 1992).

Sería conveniente para el futuro de la industria de fabricación de piensos que surgiera una orientación más fuerte hacia proyectos integrados para la elaboración de productos específicos, la reestructuración del proceso

productivo y la ampliación de los márgenes. Asimismo, debería ponerse más énfasis en el control de calidad en las distintas etapas de la cadena de producción (FEFAC, 1991).

Se prevee que en un futuro tendrá lugar una continua consolidación y concentración de las compañías en busca de una posición más fuerte en el mercado y una mayor participación en éste, aunque la mayoría de empresas dedicadas a la fabricación de piensos tienden a tener una orientación hacia el mercado regional o nacional, porque así se adaptan mejor a las necesidades específicas de los consumidores (CEZ, 1990).

En 1989, la industria de fabricación de productos para animales de granja de la CE tuvo una participación en el empleo agroindustrial del 4%, mientras que en España este porcentaje se situó en 3,4%. Este hecho pone de manifiesto la mayor productividad del sector en España que en el conjunto de la CE. Tanto en España como en el resto de Europa la tendencia del empleo es decreciente, esperándose un mayor retroceso para los próximos años como consecuencia del incremento de la mecanización y la automatización de la producción (FEFAC, 1991; INE, 1992; CEZ, 1990).

En cuanto a los productos para la alimentación de animales domésticos cabe destacar que aunque el volumen de producción no es muy elevado, y por tanto representa aún un bajo porcentaje de participación en la producción agroalimentaria de la CE, esta industria cuenta con fuertes oportunidades para el futuro. Es previsible que durante los próximos años la demanda crezca alrededor del 7% (FEDIAF, 1991), como consecuencia del alto porcentaje de hogares europeos que cuentan con al menos un animal doméstico (aproximadamente el 50%), y al incremento progresivo en la proporción de personas que alimentan a sus animales con productos preparados.

En cuanto a la producción, también se espera un incremento considerable como resultado de la entrada en el mercado de nuevos fabricantes; del desarrollo de los mercados extracomunitarios, de la intensificación de los procesos de I+D, y de la innovación tecnológica (CEZ, 1990).

IV.4. Galletería, bizcochería, chocolatería y confitería

La producción de este sector en la CE durante 1989 supuso alrededor del 7,5% del total agroindustrial. Se caracteriza por la utilización de un gran número de materias primas producidas íntegramente en el territorio comunitario (harina, leche en polvo, mantequilla, etc), sin contar con la elevada cifra que suponen las importaciones de cacao de terceros países, ya que la CE constituye el mayor consumidor mundial de este producto. La industria de dulces tiende a un crecimiento constante, tanto en consumo como en producción (CCE, 1990).

Actualmente Europa está registrando un crecimiento medio anual en el consumo de 2,1% en el subsector de galletería y bizcochería, y del 4,8% en el de chocolate y confitería. No obstante, los países comunitarios del norte registran niveles más elevados en consumo de dulces que los países mediterráneos (CAOBISCO, 1991)

La producción de esta industria es inferior al consumo. La producción de galletas y bizcochos aumentó desde 1985 en un 1,9% anual, situándose en 1989 en 3.480 toneladas. La de chocolate y confitería experimentó durante ese mismo período de tiempo un crecimiento anual del 4,7%, siendo en 1989 de 4.016 toneladas. Se prevee para los próximos años una tendencia a la estabilidad (CAOBISCO, 1991).

El grado de concentración de este sector en la CE

varía de un subsector a otro. Por ejemplo, la industria de galletería y confitería no está muy concentrada, mientras que la industria del chocolate está viviendo una aceleración del índice de concentración (CCE, 1990). En España este sector está constituido por pequeñas y medianas empresas, las de mayor tamaño con parte o la totalidad de capital extranjero y una fuerte concentración de la oferta (MIE, 1989).

El marketing juega un papel importante en este subsector y se espera que próximamente tenga una incidencia positiva en la competitividad de las empresas, en particular por la introducción de nuevos productos; la insistencia en las cualidades energéticas y de salubridad de los productos y la mejora en la gestión de las relaciones con el sector de la distribución, ya que cada vez se encuentra más concentrado (CAOBISCO, 1991).

La producción en España durante los últimos años ha permanecido constante, aunque se está produciendo una diversificación e innovación de productos: por ejemplo, han aparecido recientemente en el mercado nuevas cremas, chocolatinas rellenas y galletas recubiertas de chocolate (INE, 1992; MIE, 1989).

IV.5. Aceites y grasas

El subsector de aceites y grasas de la CE en 1989 representó aproximadamente el 5,1% de la producción agroindustrial comunitaria, mientras que en España este porcentaje ascendió al 8,7%. Este fenómeno se debe fundamentalmente a que la producción de aceite de oliva de la CE está localizada en los países mediterráneos, ya que depende en gran medida de las condiciones climatológicas (Fedolive, 1991; INE, 1992).

La producción de la CE de aceite de oliva fue en

1989 de 1.258 millones de ECUS, suponiendo la producción española un 35%. Los principales países productores fueron Italia y España. Se espera que próximamente evolucione de manera positiva el nivel de producción en la franja mediterránea europea, ya que en los últimos años éste ha ido disminuyendo (Fedolive, 1991).

Las estructuras de producción varían significativamente de país a país. En España, por ejemplo, la industria del aceite de oliva se concentra en el sur del país, y está viviendo un importante proceso de reestructuración. Se están realizando considerables esfuerzos a fin de mejorar la rentabilidad ante la creciente competencia que se avecina como consecuencia de la integración del mercado alimentario europeo (CCE, 1990).

Recientemente, algunas multinacionales se han lanzado en la producción de aceite de oliva, pudiendo suponer para un futuro grandes cambios a nivel de marketing y la entrada en otros mercados (CCE, 1990).

Al igual que ocurre con la producción, el consumo de aceite de oliva es mayor en el sur de la CE (1.419 millones de ECUS en 1.989), debido en gran parte a factores culturales y tradicionales, y está decreciendo durante los últimos años. Es previsible que continúe esta tendencia decreciente, debido a la baja que ha experimentado el precio de los aceites vegetales, más acusada en España, como consecuencia de la eliminación de los obstáculos al comercio intracomunitario (Fedolive, 1991).

En cuanto al subsector productor de otros aceites y grasas vegetales y animales se ha de señalar que la producción es muy superior a la de aceite de oliva, alcanzando en 1.989 los 16.471 millones de ECUS. El nivel de producción ha ido incrementándose durante los últimos años a una

tasa constante, al igual que el consumo (Fediol, 1991).

Debido a la naturaleza de las operaciones técnicas que implica, esta rama cuenta en la CE con una relativamente baja fuerza laboral, aunque requiere de fuertes inversiones en capital fijo. Se caracteriza por estar dotada de una eficaz tecnología y experiencia, así como por la práctica de un gran número de políticas de intercambio comercial y control de calidad enfocadas a los mercados interior y exterior (CCE, 1990).

Recientemente se ha observado en Europa una fuerte oleada de fusiones y adquisiciones en el subsector de otros aceites y grasas vegetales y animales, en especial entre empresas dedicadas a la fabricación de aceite de semillas (Fediol, 1991).

En el contexto de estabilidad de consumo, producción y empleo que está viviendo en Europa la industria de otros aceites y grasas resultará afectada por las políticas practicadas en las diversas áreas geográficas de producción y procesado de aceite de semillas (Fediol, 1991).

IV.6. Productos congelados

Este subsector incluye una gran variedad de productos procesados y conservados a baja temperatura, como por ejemplo verduras y patatas, pescado, carne, fruta, productos para el horno y comidas preparadas. Supone un 4,2% de la producción total agroindustrial de la CE. Su producción es de 5,6 millones de toneladas al año, habiendo todavía en el mercado europeo buenas posibilidades de desarrollo (Calcolo, 1991). Dentro de la CE, Reino Unido es el líder en este campo, seguido de Francia y Alemania (AIAA, 1991).

En España, la industria de productos congelados se caracteriza por estar compuesta por medianas y grandes empresas, con participación de capital extranjero y por ser un subsector altamente concentrado tanto en la oferta como geográficamente. La producción española de productos congelados ha experimentado un crecimiento por el cambio en el estilo de vida de los consumidores (MIE, 1989)

En los países donde el consumo aún es relativamente bajo, puede llegar a invertirse esta tendencia a raíz de la mejora en las redes de distribución y la creciente utilización en los hogares de la infraestructura necesaria para su adecuada conservación y preparación (AIAA, 1991).

En los países en los que el consumo de productos congelados es ya elevado, podría producirse un incremento en determinadas categorías de productos, como por ejemplo los platos preparados (CEZ, 1990).

Resulta obvio pensar que la creciente competencia entre marcas de productos y distribuidores dará lugar a una ampliación de las opciones y a una disminución de los precios para los consumidores.

IV.7. Fabricación de jugos y conservas vegetales

En toda el área comunitaria, el consumo de frutas y verduras es mayor que la producción debido a la importación de productos a bajo precio de terceros países. El consumo en 1989 fue de aproximadamente 15.000 millones de ECUS y varía de acuerdo al tipo de producto que consideremos. Así pues, las verduras envasadas registraron durante la pasada década un aumento del 14%, mientras que la fruta envasada sufrió un descenso del 8% aproximadamente, causado por la inclinación de las preferencias de los consumidores hacia los zumos de



frutas. En el subsector de mermeladas y confituras se produjo un incremento de la demanda sobretodo de aquellos productos más caros, con menor nivel de azúcar y mayor variedad de frutas (CCE, 1990).

La producción durante la pasada década aumentó a una tasa media anual del 6,3%, llegando en 1989 a ser de 14.700 millones de ECUS (4% sobre el total de producción agroindustrial de la CE). Se espera que esta tendencia continúe durante los próximos años (CCE, 1990). En España, la industria de conservas vegetales y jugos supuso en el mismo año una participación del 4,7% en la producción de la IAA española (INE, 1992). Está compuesta por pequeñas y grandes empresas en el caso de las conservas vegetales, y establecimientos de tamaño medio y grande para el caso de los jugos. La producción de este subsector se incrementó en 1989 a raíz del crecimiento en la producción de los zumos y néctares, ya que la demanda experimentó un alza por el crecimiento del segmento de población de mayor edad (MIE, 1989).

El empleo del subsector de conservas vegetales y jugos de la CE desde 1983 viene sufriendo un estancamiento. En 1989 éste se cifraba en 138.893 trabajadores, siendo los países con niveles más elevados de empleo Italia y España, aunque paradójicamente éste último únicamente aporta alrededor del 10% a la producción hortofrutícola total comunitaria. Esto puede venir explicado por las diferencias de productividad y el gran número de empleados a tiempo parcial que existen en el sector de procesado y manipulación hortofrutícola en España (Calcolo, 1991).

Se prevé que durante los próximos años se produzca una intensificación de la competencia entre los países productores de la CE y los terceros países, ya que estos últimos soportan costes menores. Es previsible también, que se produzca un incremento de la producción hortofrutícola

transformada, a la vez que se experimenta un estancamiento de la producción en fresco.

Al tratarse de un mercado suficientemente maduro, ante la implantación del MUE, se espera que el sector hortofrutícola de la CE reaccione mediante la innovación y diversificación de la producción. Las innovaciones para los productos en fresco, generalmente se basan en la calidad y novedad, mientras que para las frutas y hortalizas procesadas se suele hacer mediante la publicidad y las marcas (Barceló, 1991). En algunas empresas españolas de fabricación de zumos y néctares se está llevando a cabo la diversificación del producto mediante el desarrollo de nuevos envases y productos (por ejemplo zumos concentrados) (MIE, 1989).

En muchas categorías del subsector conservas hortofrutícolas es posible que durante los próximos años se produzca una racionalización de las estructuras productivas, pudiéndose dar una ampliación del mercado para las marcas comerciales, ya que las grandes cadenas de distribución están preparadas para ofrecer a las pequeñas empresas y cooperativas agrícolas redes de comercialización muy poderosas, además de sistemas de control más complejos (Calcolo, 1991).

IV.8. Productos de molinería

El sector harinero de la CE se caracteriza por su baja productividad. Este hecho se debe a dos factores principalmente: el primero es la presencia de muchas pequeñas empresas que trabajan con molinos viejos, o con baja capacidad de molienda y, el segundo, es el problema del excedente de harina en la CE.

El consumo de este producto ha experimentado durante los últimos años un crecimiento del 2,7% a pesar de

ser todavía inferior a la tasa de incremento de la producción (3,5%). Este fue en 1989 de 10.260 millones de ECUS y se espera que se estabilice la tasa de crecimiento del consumo en el futuro (GAM, 1991).

La producción de harinas en la CE supone alrededor de 24 millones de toneladas al año, de las cuales se exporta el 10% a terceros países. Resulta difícil hacer previsiones de la evolución de producción comunitaria de harinas para los próximos años ya que depende en gran medida de las condiciones climatológicas (CCE, 1990).

En España, el subsector de molinería está compuesto fundamentalmente por pequeñas y algunas grandes empresas participadas por capital extranjero. La producción de harina de trigo en España ha disminuido durante los últimos años como consecuencia de la reducción del consumo de pan tradicional, mientras que la producción del resto de harinas y derivados se ha mantenido constante (MIE, 1990).

El empleo en la industria de molinería de la CE se sitúa en 37.890 trabajadores, siguiendo con la tendencia decreciente que lo ha venido caracterizando durante los últimos años. En España la participación del empleo del subsector de molinería en el total agroindustrial durante 1989 fue superior al conjunto de la CE, 2,8% y 1,7% respectivamente (GAM, 1991, INE, 1992).

Recientemente el sector harinero de la Comunidad ha experimentado algunos cambios en su proceso productivo. Entre otros podemos destacar un continuo proceso de reestructuración apoyado en las innovaciones tecnológicas, y la introducción de muchos sistemas para el control del procesado que permiten que el producto final sea de mayor calidad y más barato. Entre las innovaciones tecnológicas más importantes podemos encontrar los sistemas operativos computerizados y los

laboratorios de control de calidad, que sirven por ejemplo para medir el contenido proteínico, la humedad y la elasticidad de fabricación del pan (CCE, 1990).

En los últimos años las panaderías industriales están desarrollándose rápidamente tanto en cuanto a la tecnología (introducción de nuevos tipos de análisis de productos, extrusión, etc), como a la demanda; la introducción y difusión de nuevos sistemas de distribución y los cambios en los hábitos de compra y nutrición (AIBI, 1991).

La industria del pan depende básicamente del suministro de materias primas de calidad, sobretodo de cereales. Como hemos visto anteriormente, la CE es excedentaria en este producto y por lo tanto la industria del pan cuenta con buenas perspectivas de futuro. La creación del MUE también contribuye a que las expectativas sean inmejorables para este sector, ya que tendrá un considerable efecto debido a que la desmantelación de las barreras existentes permitirá una libre comercialización de los productos (CCE, 1990).

La realización del MUE podría también podrá mejorar el comercio intracomunitario por la liberalización del transporte, ya que al ser la harina un producto de bajo valor añadido supone una reducción importante de costes (GAM, 1991).

IV.9. Otros productos

El resto de productos agrindustriales que se fabrican en la CE constituyen aproximadamente el 30% de la producción total agroindustrial. En este apartado vamos a analizar los que hemos considerados de mayor importancia tanto en cuanto a la participación en la producción y el consumo como en el empleo: la industria de vino, la de

fabricación de bebidas analcohólicas y el subsector de cerveza y malta cervecera.

La CE es la mayor productora (60-70%) y consumidora (54%) mundial de vinos. La producción vinícola de la CE en 1989 fue de 8.313 millones de ECUS, y dado que es un producto de alto valor añadido, este subsector incide fuertemente en la producción agroalimentaria total de Europa (CCE, 1990; Calcolo, 1991).

La producción de vinos en España durante 1989 supuso un 4,9% de la producción total agroindustrial española. En este país las empresas vinícolas son de pequeño y mediano tamaño, y su producción va en declive como consecuencia de la disminución en la demanda por la mayor sensibilización de los consumidores en cuestiones relativas a salud (MIE, 1989).

La estructura productiva y de mercado del sector vinícola de la CE está muy fragmentada ya que se encuentra dividida en diferentes regiones con muy diferentes producciones tanto cualitativa como cuantitativamente hablando. También se trata de uno de los sectores más atomizados de la IAA, ya que cuenta con una estructura empresarial muy heterogénea al ser la mayoría de empresas de carácter cooperativo (AIAA, 1990).

Las reglamentaciones de la CE en este sector se dirigen fundamentalmente a la destilación del excedente y a la reducción de los viñedos en producción. Para ello se suelen aplicar dos tipos de medidas, pero que afectan únicamente a los vinos de mesa. La destilación comunitaria favorece de este modo a la producción de vinos de calidad en detrimento de la de vinos comunes apoyándose en dos argumentos: 1) los patrones de consumo están cambiando. Durante los últimos años en todos los países de la CE las preferencias de

los consumidores se dirigen hacia el consumo de vinos de calidad, más caros y 2) la cosecha de vinos de calidad es inferior, habiendo por tanto un excedente menor (Calcolo, 1991).

La tendencia del mercado depende básicamente de las futuras cosechas y de la reestructuración productiva del sector. Este último proceso ya ha comenzado gracias a las medidas comunitarias que han provocado la reducción de la superficie de cultivo de vinos comunes, aumentando considerablemente la producción de vinos de calidad. También las ayudas de la CE concernientes a la experimentación e investigación en el sector, I+D en nuevos usos de vino, promoción del consumo de zumos y mostos de uva y, en general, a la inversión han acelerado el proceso de reestructuración del sector y han ayudado a obtener un producto de excelente calidad (AIAA, 1990).

De continuar la tendencia actual, la oferta de vinos puede disminuir; sin embargo, la demanda podría experimentar un crecimiento si las empresas vinícolas se lanzasen al mercado con nuevos productos (CCE, 1990).

La industria de bebidas analcohólicas y refrescantes incluye las aguas, las bebidas de zumos de fruta, bebidas con extractos de frutas o verduras, las colas, las bebidas aromatizadas, tónicas, bitters, etc. En la CE presenta un consumo más elevado que su producción. La producción de bebidas analcohólicas en la CE en 1989 fue de 17.300 millones de litros, mientras que el consumo fue de 18.000. Este sector ha experimentado un excepcional crecimiento de la producción (9%) y el consumo, aunque siguiendo una evolución diferente en cada país (UNESDA, 1991).

En España esta industria suponía el 5,6% del valor de la producción de la IAA española, habiendo registrado un

incremento de la producción durante los últimos años. Esto es consecuencia del tirón en la demanda experimentado a razón del crecimiento de los productos naturales en la dieta, el mayor consumo en hostelería de bebidas refrescantes, y el crecimiento del consumo de estos productos en el hogar (INE, 1992; MIE, 1989).

Diversos factores inciden positivamente sobre el consumo de estos productos: la inclinación de las preferencias de los consumidores hacia las bebidas analcohólicas debido a las campañas contra las bebidas con alcohol, la mayor preocupación por la salud, la mayor rigidez sobre las leyes sobre conducción y alcohol, el incremento del poder adquisitivo, la multitud de innovaciones en los productos y el desarrollo de nuevas técnicas de envasado. De manera negativa influye en el consumo de estas bebidas el estancamiento de la población y su envejecimiento, ya que estas son generalmente consumidas por los estratos más jóvenes de la población (UNESDA, 1991).

Se espera para los próximos años un mayor crecimiento de la producción de bebidas refrescantes bajas en calorías; el desarrollo de nuevos sabores y sistemas de envasado y una constante modernización e incorporación de tecnología más avanzada tanto en producción como en transporte (CEZ, 1990). En España este subsector se ha inclinado hacia la diversificación de los productos, ya que algunas empresas de bebidas refrescantes se han lanzado hacia la fabricación de aguas envasadas (MIE, 1989).

En el consumo se prevee que, si continua la tendencia que viene caracterizando al sector, aumente en aproximadamente un 4% anual durante la década de los 90 (UNESDA, 1991).

Recientemente en los países de la CE se está

produciendo un proceso de concentración gradual en el sector, y por consiguiente una fuerte disminución del número de establecimientos como respuesta a en primer lugar, la mejora en las condiciones de financiación, ya que favorece a la modernización y automatización de los sistemas de producción, del equipamiento y del transporte, y en segundo, al esfuerzo por mantener un margen de ganancias suficiente a fin de incrementar la competitividad de la empresa (UNESDA, 1991). En España este sector está formado por medianas y grandes empresas, con una alta participación de capital extranjero y concentración de la oferta (MIE, 1989).

Por último pasaremos a examinar el sector de fabricación de cervezas y malta cervecera. Durante 1989 en la CE se fabricaron 268,8 millones de hectólitros de cerveza y se consumieron 260. A pesar de que la CE es excedentaria en cereales, la industria cervecera europea presenta un déficit en su principal materia prima que es la cebada malteada (Euromalt, 1991). En España este subsector en 1989 supuso el 3,8% de la producción española agroindustrial, habiendo experimentado un incremento de la producción como consecuencia del aumento en la demanda de esta bebida en detrimento del resto de bebidas alcohólicas, ya que como hemos señalado anteriormente la demanda se está inclinando hacia bebidas con menores contenidos en alcohol (MIE, 1989).

La industria de fabricación de malta cervecera se caracteriza por necesitar de grandes capitales y varios años para amortizar las inversiones. Aunque su producción sigue de cerca la evolución de la demanda de cerveza mundial (en la CE durante 1989, 5.298 y 4.065 millones de ECUS respectivamente), se presenta como un sector poco integrado verticalmente, ya que únicamente un tercio de sus productores se hayan asociados a otras industrias, generalmente cerveceras (Euromalt, 1991).

Las perspectivas de crecimiento de la industria de la malta son buenas, ya que se prevee un incremento de la producción para los próximos años, y una racionalización de las técnicas de gestión de suministro (CEZ, 1990).

El principal problema con el que se enfrenta este sector es el estancamiento de la demanda de cerveza en la mayoría de países europeos. La reacción de las industrias cerveceras de la CE frente a este fenómeno ha sido en primer lugar, el incremento de la concentración, reduciéndose la situación a unas pocas empresas líderes que han desarrollado marcas europeas de prestigio y economías de escala. El objetivo es entrar en nuevos mercados extracomunitarios (como es el caso de la industria española de cervezas que está formada por grandes empresas, mayormente de capital extranjero) y, en segundo lugar, incrementar la producción de cerveza sin alcohol o "light" (CEZ, 1990; MIE, 1989).

Con la eliminación de la ley de pureza en la RFA por parte de la Corte de Justicia Europea en 1987, se espera que se incremente la producción de cerveza en este país (aproximadamente en un 5 ó 6%) y el comercio intracomunitario en los años noventa, ya que en el resto de la CE no aumentará sus volúmenes de producción (CBCM, 1991).

V. Situación y perspectivas empresariales de la Industria Agroalimentaria en Aragón.

V.1. Metodología

La actividad comercial de la agroindustria aragonesa se presenta como uno de los elementos fundamentales para afrontar con expectativas de éxito la integración en el Mercado Unico Europeo.

En la implantación de la estrategia comercial adecuada para la empresa hay tres factores que juegan un papel esencial. En primer lugar, podemos destacar la figura del empresario y su actitud hacia la empresa; en segundo, la disponibilidad de recursos financieros que le permitan llevar a cabo proyectos de I+D y adoptar las innovaciones tecnológicas generadas en el mercado; en tercer y último lugar, la planificación sistemática e identificación de los principales problemas que afectan a la empresa.

El objetivo de esta parte del estudio es analizar mediante una encuesta el nivel de tecnología e innovación, las estrategias comerciales de los empresarios y la competitividad de la IAA aragonesa frente al MUE.

La encuesta (anejo I) se divide en tres partes. La primera, denominada tecnología e innovación, ofrece una visión sobre la actividad de I+D, el nivel tecnológico y los problemas que encuentran a la hora de implantar la nueva tecnología los industriales aragoneses. En la segunda, estrategia comercial, se pretende averiguar los sistemas utilizados por la IAA aragonesa en la distribución y promoción de los productos alimentarios. En la última parte se analiza, mediante opiniones empresariales, la situación de la agroindustria aragonesa ante el MUE; es decir, las características principales de los productos que fabrica, los

acuerdos con otras empresas, la principal competencia con que se enfrenta, las ventajas, desventajas y posición ante ésta, la repercusión de la integración del Mercado Europeo, los elementos que se deberían potenciar y los problemas a los que se enfrenta la empresa ante el MUE.

Hemos considerado establecimiento industrial a aquél que emplea al menos a cuatro trabajadores, siendo ésta la población sobre la que se ha realizado un muestreo estratificado a partir de la variable empleo. Para la realización de ese muestreo estadístico el punto de partida lo constituye el Catálogo de Industria Agroalimentaria de Aragón (Feijóo et al., 1992). El sistema de muestreo seguido es también el que utiliza el Instituto Nacional de Estadística en la elaboración de la Encuesta Industrial a empresas de menos de 20 empleados. Por otra parte, se encuesta la totalidad de empresas con 20 o más empleados. El número de empleados de cada establecimiento es la variable en lo que se fundamenta la estratificación y posterior elaboración de los resultados.

Para cada rama agroindustrial la información necesaria es la siguiente:

$L =$ nº de estratos.

$N_i =$ tamaño del estrato i (nº de establecimientos del estrato i).

$N = \sum_{i=1}^L N_i =$ tamaño de la población (nº total de establecimientos).

$P_i = N_i/N =$ proporción del estrato i respecto del total.

$M_i =$ media del estrato i (nº de empleados del establecimiento medio estrato i).

$M = \sum_{i=1}^L P_i M_i =$ media de la población (nº empleados del establecimiento medio).

σ_i^2 = varianza del estrato i .

En cada estrato se toma una muestra n_i . La muestra total será:

$$n = \sum_{i=1}^L n_i$$

De la muestra n_i , se obtiene la media muestral \underline{m}_i del estrato i .

El valor:

$$\underline{m} = \sum_{i=1}^L P_i \underline{m}_i = \text{estima a } \underline{M}$$

Al ser muestras independientes, la varianza del estimador \underline{m} vale:

$$(1) \sigma_m^2 = \sum_{i=1}^L P_i^2 \sigma_{mi}^2 = \sum_{i=1}^L P_i^2 \frac{N_i - n_i}{N_i - 1} \frac{\sigma_i^2}{n_i} = (\text{haciendo } N_i - 1 = N)$$

$$= \sum_{i=1}^L P_i^2 \left(1 - \frac{n_i}{N_i}\right) \frac{\sigma_i^2}{n_i} = \sum_{i=1}^L \frac{P_i^2 \sigma_i^2}{n_i} - \sum_{i=1}^L \frac{P_i^2 \sigma_i^2}{N_i}$$

$$= \sum_{i=1}^L \frac{P_i^2 \sigma_i^2}{n_i} - \sum_{i=1}^L \frac{P_i^2 \sigma_i^2}{P_i N} = \sum_{i=1}^L \frac{P_i^2 \sigma_i^2}{n_i} - \sum_{i=1}^L \frac{P_i \sigma_i^2}{N}$$

En el caso de que la media \underline{M}_j del estrato j se obtenga por censo ($N_j = n_j$), la varianza de la media muestral del estrato j será:

$$\sigma_{mj}^2 = \frac{N_j - n_j}{N_j - 1} \frac{\sigma_j^2}{n_j} = 0$$

y la varianza del estimador \underline{m} vale:

$$\sigma_m^2 = \sum_{i \neq j}^{L-1} P_i^2 \sigma_{mj}$$

$$\sigma_m^2 = \sum_{i=1}^{L-1} \frac{P_i^2 \sigma_i^2}{n_i} - \frac{L-1}{\sum_{i=1}^{L-1} \frac{P_i \sigma_i^2}{N}}$$

Siguiendo el mismo cálculo realizado para (1) se obtiene con la afijación óptima:

$$n_j = \frac{P_i \sigma_i}{L-1 \sum_{i \neq j} P_i \sigma_i} n$$

sustituyendo:

$$\begin{aligned} \sigma_m^2 &= \sum_{i \neq j}^{L-1} \frac{P_i^2 \sigma_i^2 \sum_{i=1}^{L-1} P_i \sigma_i}{n P \sigma_i} - \sum_{i \neq j}^{L-1} \frac{P_i \sigma_i^2}{N} = \\ &= \frac{1}{n} \sum_{i \neq j}^{L-1} P_i \sigma_i \sum_{i \neq j}^{L-1} P_i \sigma_i - \frac{1}{N} \sum_{i \neq j}^{L-1} P_i \sigma_i^2 = \\ &= \frac{1}{n} \left(\sum_{i \neq j}^{L-1} P_i \sigma_i \right)^2 - \frac{1}{N} \sum_{i \neq j}^{L-1} P_i \sigma_i^2 \end{aligned}$$

De donde:



$$n = \frac{(\sum_{i \neq j}^{L-1} P_i \sigma_i)^2}{\sigma_m^2 + \frac{1}{N} \sum_{i \neq j}^{L-1} P_i \sigma_i^2}$$

El error relativo de muestreo, que en nuestro caso es del 6%, es:

$$e = \frac{E}{M} = \frac{K\sigma_m}{M} \quad \text{siendo } M = \text{valor medio de la población}$$

E = error absoluto de muestreo
K = para K=1,2,... la probabilidad es 2/3, 95%

Sustituyendo en el anterior valor \underline{n} el de $\sigma_m = \frac{Me}{K}$

Se obtiene:

$$n = \frac{(\sum_{i \neq j}^{L-1} P_i \sigma_i)^2}{\frac{M^2 e^2}{K^2} + \frac{1}{N} \sum_{i \neq j}^{L-1} P_i \sigma_i^2} = \frac{K^2 (\sum_{i \neq j}^{L-1} P_i \sigma_i)^2}{M^2 e^2 + \frac{K^2}{N} \sum_{i \neq j}^{L-1} P_i \sigma_i^2}$$

valor que equivale al tamaño de la muestra para el total de estratos no censados, con error relativo \underline{e} y un valor \underline{K} .

Después de los calculos obtenemos el número total de encuestas a realizar por ramas de actividad, provincias y estratos de tamaño con un error de muestreo del 6% (Cuadro V.1).

Cuadro V.1. Número de encuestas a realizar en Aragón por ramas de actividad, provincias y estratos de tamaño.

ESTRATOS RAMAS	H1	H2	H3	Z1	Z2	Z3	T1	T2	T3	H4	Z4	T4	TOTAL
ACEITES	-	1	-	1	1	2	2	3	1	-	1	1	13
CARNES	-	1	2	1	5	6	1	1	2	5	11	7	42
LACTEAS	-	-	-	1	1	1	1	-	-	1	4	-	9
HORTOFRUT.	-	1	2	2	7	5	1	1	2	2	13	-	36
CEREALES	1	1	1	2	5	8	-	1	-	6	12	-	37
PIENSOS	1	4	1	1	4	3	-	1	1	1	7	3	27
VINOS	-	1	-	1	5	6	1	2	-	1	4	-	21
BEBIDAS	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	7	1	10
DIVERSAS	-	-	1	1	5	8	-	1	-	1	11	-	28
TOTAL	2	10	8	10	33	39	6	10	6	17	70	12	223

V.2. Análisis de resultados

El número final de encuestas válidas obtenidas ha sido 209. En algunas ramas productivas, como las industrias diversas, para las empresas de menos de 20 empleados el error es más alto, situándose alrededor del 7%. Por provincias podemos destacar que el grado de fiabilidad mayor se presenta en la provincia de Zaragoza.

La encuesta se divide en tres apartados: Tecnología e Innovación; Estrategia Comercial, y Competitividad y Mercado Unico.

V.2.1. Tecnología e Innovación

La pequeña y mediana innovación tienen gran importancia para el sector agroalimentario. El nivel de I+D en la agroindustria aragonesa es todavía relativamente bajo como consecuencia de la insuficiencia de recursos empleados en estos procesos:

1) La media de empleados dedicados a I+D por empresa en la agroindustria aragonesa es de 1,1. La rama de cereales es la que alcanza mayores niveles (1,7), seguida por la cárnica (1,2). La rama de piensos es la que presenta una menor mano de obra en estos procesos (0,4), lo que nos da una idea de lo poco desarrollados que están en Aragón estos departamentos en la industria de piensos (Cuadro V.2).

Si tenemos en cuenta la cualificación de los trabajadores empleados en los departamentos de I+D, observamos que en la IAA aragonesa 0,3 son titulares superiores, 0,5 titulares de nivel medio, y el resto auxiliares (Cuadro V.2). Por ramas, vemos que la industria de otras bebidas, la láctea y la cerealera son las que cuentan con un mayor número de titulados superiores (0,7; 0,6 y 0,5 titulados superiores por

empresa respectivamente), mientras que la cárnica no emplea a ninguno. Sin embargo este subsector presenta la cifra mayor de titulados de nivel medio (1 por empresa). Respecto a la mano de obra auxiliar en los departamentos de I+D, destacan la industria de cereales y la hortofrutícola en cuanto a cantidad de de mano de obra empleada con esta cualificación (0,6 y 0,5 respectivamente) (Cuadro V.2).

2) Los gastos medios anuales en I+D para la IAA aragonesa se sitúan alrededor del millón de ptas. por empresa, los cuales corresponden en un 76% a gastos en personal propio, y el 24% restante a gastos por encargos a terceros. Todas las ramas tienen una distribución similar de los gastos a excepción de la industria de fabricación de productos diversos en la que los gastos por pagos a terceros representan el 75% de los gastos en I+D. Este hecho junto al reducido número de empleados que utiliza esta rama, nos lleva a pensar que los departamentos de I+D en la industria de fabricación de productos diversos están poco desarrollados (Cuadro V.2). La financiación en los gastos de I+D en la IAA aragonesa corre mayormente a cargo de la propia empresa (Cuadro V.2).

Debido a la diferente dimensión empresarial de la IAA aragonesa, a efectos de comparar entre ramas productivas el esfuerzo que dedican a los proyectos de I+D, tomaremos en consideración los gastos en I+D por empleado. En 1.991, para el conjunto de la IAA aragonesa este ratio asciende a 24.420 pts. por empleado (Cuadro V.2).

Los gastos en I+D por empleado en la rama de cereales son los mayores registrados en la IAA aragonesa por ramas, ya que ascienden a 46.343 pts; esto junto al elevado número de trabajadores que emplea en actividades de I+D constituye un indicio de que los departamentos de I+D más desarrollados, en términos relativos, dentro del conjunto

agroindustrial aragonés se encuentran entre las empresas de transformación de cereales (Cuadro V.2).

Cuadro V.2. Empleados y gastos anuales por empleado en I+D de la agroindustria aragonesa por ramas productivas (número y ptas./trab).

RAMAS	EMPLEADOS			GASTOS/ TRAB.	FINANCIACION			
	(1)	(2)	(3)		(4)	(5)	(6)	(7)
Aceites	0,1	0,2	0,3	14.633	100,0	0,0	100,0	0,0
Carnes	0,0	1,0	0,2	32.857	77,6	22,4	98,4	1,6
Lácteas	0,6	0,1	0,1	18.713	73,0	27,0	94,8	5,2
Hortofrt.	0,3	0,3	0,5	16.017	87,2	12,8	92,9	7,1
Cereale	0,5	0,6	0,6	46.343	99,5	0,5	97,7	2,3
Piensos	0,2	0,2	0,0	4.487	73,2	26,8	89,6	10,4
Vinos	0,3	0,3	0,0	18.803	94,5	5,5	87,6	12,4
Otras bb.	0,7	0,3	0,0	0	0,0	0,0	100,0	0,0
Diversa	0,3	0,3	0,4	42.677	25,3	74,7	98,6	1,4
IAA	0,3	0,5	0,3	27.420	75,9	24,1	95,3	4,7

(1) Titulados superiores.

(2) Titulados nivel medio.

(3) Personal auxiliar.

(4) Porcentaje de gastos por personal propio sobre el total.

(5) Porcentaje de gastos por encargos a terceros sobre el total.

(6) Porcentaje de gastos en I+D financiados por la empresa.

(7) Porcentaje de gastos en I+D financiados por Administración.

Fuente: Elaboración propia.

De las tres provincias que componen la Comunidad Autónoma de Aragón, Teruel y Huesca son probablemente las que presentan en sus empresas departamentos de I+D menos desarrollados. Esto se deriva de que el empleo en actividades de I+D es menor que en los establecimientos empresariales situados en Zaragoza, y de que alrededor de un 60% de los gastos en estos procesos corresponden a pagos por encargos a terceros.

En nuestra opinión, las empresas agroalimenta-

rias aragonesas deberían hacer un mayor esfuerzo inversor en proyectos de I+D a fin de elevar su competitividad. Para ello es necesario que el empresario vea la realización de estos procesos como una inversión, y no como un gasto inútil.

En Aragón, la IAA precisa de una ampliación del proceso de automatización y adopción por parte de la empresa de las nuevas tecnologías aparecidas en el mercado durante los últimos años, con objeto de mejorar la competitividad ante el nuevo marco europeo. La adquisición de esta tecnología según la opinión de del 70% de empresarios agroindustriales aragoneses puede llevarse a cabo en el mercado nacional. Un 50% de estos afirman saber que pueden disponer de ella tanto en el mercado regional como en el de otros países de la CE (Cuadro V.3).

Por ramas la situación no varía prácticamente. La mayor parte de los empresarios creen que pueden comprar en el mercado nacional la tecnología adecuada para mejorar su competitividad de su empresa, con la excepción de los fabricantes de productos diversos que creen poder encontrarla con mayor facilidad en otros países de la CE. Un 60% de los empresarios de las industrias lácteas y vinícolas opinan que pueden disponer de la tecnología adecuada para su empresa en el mercado regional. Los empresarios de la industria aragonesa de aceites y de otras bebidas afirman que no conocen donde adquirirla en otros mercados comunitarios (Cuadro V.3).

En la IAA aragonesa la implantación de nueva tecnología viene limitada por la escasez de recursos financieros con que cuentan las empresas. Su reducida dimensión les impide acceder a fuentes de financiación sin soportar unos costes casi prohibitivos. Los empresarios creen que esta insuficiencia de recursos financieros es el principal obstáculo a la hora de implantar las innovaciones tecnológicas aparecidas en el mercado. Este hecho es señalado con

mayor intensidad por los fabricantes de productos lácteos, aceites y grasas; productos diversos y vinos, al ser probablemente los subsectores que necesiten mayor volumen de capital para invertir en su proceso productivo.

Cuadro V.3. Mercados tecnológicos de la Industria Agroalimentaria aragonesa (Porcentaje de opiniones empresariales por ramas).

RAMAS	REGIONAL	NACIONAL	PAISES CE	PAISES NO CE
Aceites	50	50	20	0
Carnes	30	60	60	20
Lácteas	60	100	80	40
Hortofrut.	50	80	60	40
Cereal	50	80	50	20
Piensos	50	80	50	30
Vino	60	70	50	20
Otras beb.	40	70	30	0
Diversas	30	60	70	30
Total IAA	50	70	50	20

Fuente: Elaboración propia.

Una dificultad añadida que manifiestan la mayor parte de los empresarios es el escaso apoyo institucional que se les ofrece. La industria de bebidas destaca adicionalmente la falta de recursos financieros y de mano de obra cualificada, sobretodo entre las empresas de la provincia de Zaragoza.

Las nuevas tecnologías adoptadas por el empresario agroindustrial aragonés se dirigen de manera especial hacia el proceso productivo más que hacia el producto (Cuadro V.4). Este hecho es frecuente en áreas periféricas, como Aragón, ya que las innovaciones se han ido concentrando a lo largo de los años en las regiones centrales, particularmente en lugares con un acceso más fácil a

mano de obra cualificada, próximos a institutos de investigación privados y/o en la misma área que otras empresas innovadoras.

Por todo ello, podemos decir que la futura estrategia de la agroindustria aragonesa se encamina hacia el lado de la escala productiva, aprovechando las ventajas que supone la automatización, es decir, la reducción del tiempo en el proceso de producción, los riesgos potenciales de contaminación, y el incremento de la flexibilidad. Todo ello conduce a la disminución de costes, y al aumento de la rentabilidad y la calidad del producto.

El empresario de la IAA aragonesa presta un menor interés en cuanto a implantación de nueva tecnología en áreas como administración y gestión empresarial. Unicamente un 30% de ellos la realizarían efectivamente de solucionarse los problemas que presenta la empresa, que como hemos dicho anteriormente, se refieren fundamentalmente a la falta de recursos financieros (Cuadro V.4).

Por ramas, podemos observar que los empresarios de la industria vinícola aragonesa son los que mayor importancia le confieren a la implantación de la nueva tecnología en el área del producto (50% de las opiniones empresariales). Esto les permite incrementar la calidad del producto ya que las nuevas tendencias del mercado se dirigen hacia los vinos de calidad. Los fabricantes de productos lácteos, sin embargo, son los que le dan una mayor importancia al proceso productivo, ya que un 90% implantarían la nueva tecnología en este área con la intención de reducir los costes de producción.

Para la IAA aragonesa, la innovación tecnológica en el plano de administración y gestión empresarial, es de importancia secundaria. Sin embargo el 60% de los empresa-

rios del subsector de aguas y bebidas afirman que dirigirían las inversiones hacia dicha área, un 70% hacia el proceso productivo, mientras que la innovación en producto sólo está en la mente del 10% de sus empresarios (Cuadro V.4).

Cuadro V.4. Areas de implantación de la nueva tecnología en la Industria Agroalimentaria aragonesa, por ramas (porcentaje de opiniones empresariales).

RAMAS	PRODUCTO	PROCESO PRODUCTIVO	ADMINIS. Y GESTION
Aceites	30	70	40
Carnes	40	80	30
Lácteas	40	90	20
Hortofrut.	30	80	30
Cereal	40	80	20
Piensos	20	80	20
Vino	50	70	20
Otras beb.	10	70	60
Diversas	30	80	40
Total IAA	40	80	30

Fuente: Elaboración propia.

V.2.2. Estrategias comerciales

La IAA aragonesa utiliza un sistema de distribución todavía tradicional. Alrededor de un 60% de sus ventas se realizan a través de la propia empresa, destinando insuficientes recursos a la distribución y promoción de sus productos.

Durante 1.991, la agroindustria regional registraba un promedio de 5,6 trabajadores por empresa dedicados a este fin, siendo las ramas de aguas y bebidas (con 22,4 empleados por empresa) y la de diversas (con 10,8) las primeras en cuanto a número de trabajadores por establecimiento dedicados a actividades de distribución y promoción.

La rama de aceites y grasas es la que emplea menor número de trabajadores en esta actividad (0,5 empleados por establecimiento).

Por provincias se observa un desnivel entre la mano de obra empleada por establecimiento en las provincias de Huesca y Zaragoza (6,6 y 6,2 trabajadores) y Teruel (1,9 trabajadores) (Cuadro V.5).

Cuadro V.5. Trabajadores y gastos anuales por empleado en la red comercial de la IAA aragonesa por ramas de actividad (número y ptas./trab.)

RAMAS	EMPLEADOS	GASTOS POR EMPLEADO
Aceites	0,5	15.243
Carnes	6,9	75.253
Lácteas	5,1	95.297
Hortofrutícolas	1,7	132.700
Cereales	6,9	116.190
Piensos	2,7	98.063
Vino	2,7	106.243
Otras bebidas	22,4	421.076
Diversas	10,8	357.193
Total IAA	5,6	158.290

Fuente: Elaboración propia.

Los gastos en el mantenimiento de la red comercial de la IAA aragonesa ascienden a 158.290 ptas. anuales por empleado. Las industrias de fabricación de aguas y bebidas con 421.076 ptas. anuales por empleado y de productos diversos con 357.193 son las que gastan más en esta actividad (Cuadro V.5).

La rama de aceites y grasas es la que menos recursos emplea en la distribución y promoción de los

productos, ya que además de utilizar un número menor de trabajadores, presenta los gastos por empleado más bajos de la IAA aragonesa (Cuadro V.5).

En cuanto a los sistemas de distribución utilizados, el 60% de las ventas de las empresas agroindustriales aragonesas se realizan mediante un sistema de red propia. De las 9 ramas consideradas, la industria láctea (82,1%) y la cárnica (78,2%) destacan por ser las ramas que distribuyen mayor parte de su producción a través de este sistema (Cuadro V.6).

La comercialización ajena a la empresa o mediante agentes a comisión representa un porcentaje bastante elevado en la distribución de las ventas de la IAA aragonesa, alrededor del 35%.

En las industrias de fabricación de aguas y bebidas la comercialización ajena a la empresa cobra gran relevancia (35,6%), ya que numerosas empresas dirigen gran parte de su producción a firmas comercializadoras a fin de que sean éstas las que distribuyan sus productos. En la industria vinícola un alto porcentaje de las ventas también se realiza mediante la comercialización ajena a la empresa (29,3%). Sin embargo, la industria de producción de aceites no utiliza este sistema para la venta de sus productos (Cuadro V.6).

La distribución mediante agentes a comisión cobra importancia en la rama hortofrutícola, ya que un 32,4% de su producción se comercializa a través de este sistema. También en la industria vinícola, de aceites y de cereales se vende un alto porcentaje de la producción mediante agentes a comisión (27,4%, 21,7% y 18,6% respectivamente). Sin embargo la rama de otras bebidas no utiliza este sistema en la comercialización de sus productos (Cuadro V.6).

Es importante destacar que el sistema de franquicias no es utilizado en Aragón por ninguna de las ramas productivas consideradas en este estudio. Otros sistemas de distribución para la IAA aragonesa suponen el 3,2% de las ventas, siendo el subsector de aceites el que distribuye un mayor porcentaje de las ventas mediante estos sistemas (16,7%) (Cuadro V.6).

Cuadro V.6. Sistemas de distribución utilizados por la IAA aragonesa por subsectores en 1991 (porcentaje sobre ventas).

RAMAS	PROPIA	AJENA	COMISION	FRANQUIC.	OTROS
Aceites	61,6	0,0	21,7	0,0	16,7
Carnes	78,2	13,8	7,2	0,0	0,8
Lácteas	82,1	15,7	2,2	0,0	0,0
Hortofrut.	46,6	20,4	32,4	0,0	0,6
Cereal	57,6	22,6	18,6	0,0	1,2
Piensos	70,6	14,2	7,2	0,0	8,0
Vino	42,8	29,3	27,4	0,0	0,5
Otras beb.	63,3	35,6	0,0	0,0	1,1
Diversas	58,5	24,3	10,9	0,0	6,3
Total IAA	61,4	19,3	16,1	0,0	3,2

Fuente: Elaboración propia.

En Aragón, el canal de comunicación con el mercado utilizado por la agroindustria es casi exclusivamente la red de ventas, ya que realiza en muy pocas ocasiones campañas de publicidad o de promoción, bien sobre los canales o bien sobre los mercados finales.

La asistencia a ferias, tanto nacionales como internacionales, es baja. El 70% de los empresarios aragoneses agroindustriales no asisten a ferias nacionales, y el 30% restante lo hace con una media de 2,3 veces al año. La asistencia a ferias es el mecanismo de promoción más utiliza-

do entre los empresarios de la industria de aceites y grasas (un 40% asisten a 0,5 ferias nacionales al año), y por los de la industria hortofrutícola y de piensos junto a la edición de material de promoción (un 40% a 1,8; y un 30% a 2,3 respectivamente). Sin embargo, los subsectores que mayor participación registran en las ferias nacionales son el de otras bebidas y de vinos (un 60% a 2, y un 50% a 0,9 por año respectivamente) (Cuadro V.7).

La participación en ferias internacionales es todavía menor: que en Aragón el 80% de los empresarios no participan nunca y el 20% de los que participan, lo hacen en una media de 0,7 ferias internacionales al año. Por ramas, podemos destacar al de fabricación de vinos ya que es el que presenta un porcentaje más elevado de asistencia de los empresarios a ferias internacionales, es decir un 30% de ellos asisten a 0,8 anualmente. Los fabricantes de otras bebidas no participan en estas (Cuadro V.7).

Es insignificante el porcentaje de empresas agroalimentarias aragonesas que han efectuado misiones comerciales al extranjero (10%), siendo de nuevo en la rama vinícola donde se presenta un porcentaje más elevado de realización (40%) (Cuadro V.7).

En Aragón un 50% de empresas editan material de promoción. Este es el mecanismo de promoción más comunmente utilizado entre las diversas ramas consideradas en este estudio, con la excepción de la industria de fabricación de aceites. Podemos destacar que en la rama de bebidas el 90% de empresas editan material de promoción (Cuadro V.7).

La participación de empresas agroalimentarias aragonesas en programas de promoción institucional de apoyo al Comercio Exterior es reducida, ya que sólo un 20% del total de empresas han participado. De nuevo los subsectores



vinícola y de otras bebidas son los que presentan un mayor porcentaje de participación. El subsector lácteo y de piensos no participan nunca (Cuadro V.7).

En definitiva, observamos que por ramas agroindustriales, las que dedican un esfuerzo mayor a la promoción de los productos son otras bebidas y vinos; y que el sistema más utilizado es la edición de material de promoción. Por provincias podemos destacar que las empresas agroindustriales de Zaragoza son las que utilizan con mayor intensidad los diversos mecanismos de promoción analizados en este apartado, seguidas por las de Huesca y en último lugar las de Teruel.

Cuadro V.7. Mecanismos de promoción utilizados por la IAA aragonesa.

RAMAS	FERIAS		MISIONES		MATERIAL	PROGRAMAS		
	NACIONAL. INTERNAC.		COMERCIAL		PROMOCION	PROMOCION		
	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(1)		
Aceites	40	0,5	20	0,5	0	0,0	20	10
Carne	20	1,2	10	0,7	0	0,0	40	10
Lácteas	40	1,8	20	1,7	10	0,3	50	0
Hortofrut.	40	1,6	20	0,5	20	0,3	40	20
Cereal	20	0,8	20	0,5	20	1,3	50	10
Piensos	30	2,3	10	1,0	0	0,0	30	0
Vino	50	0,9	30	0,8	40	0,7	60	40
Otras beb.	60	2,0	0	0,0	10	0,3	90	30
Diversas	40	0,7	10	1,7	10	0,3	60	20
Total IAA	30	2,3	20	0,7	10	1,3	50	20

(1) Porcentaje de opiniones empresariales.

(2) Número por año.

Fuente: Elaboración propia.

La utilización de marcas comerciales es habitual entre los empresarios aragoneses. El 73,2% de la producción en Aragón se comercializa bajo alguna marca comercial, bien propias (el 70% sobre el total de marcas) o bien del distribuidor (30%). La industria de fabricación de

aguas y bebidas y la rama de productos diversos son los que registran un mayor porcentaje de producción bajo marcas sobre el total. Además, estas dos ramas junto a la industria de piensos registran el mayor promedio de marcas por empresa (Cuadro V.8).

La industria de fabricación de aguas y bebidas aragonesa es la rama que vende un mayor porcentaje de su producción bajo marcas (94,9%), siendo además la que mayor número de marcas presenta. Como hemos dicho anteriormente, en la industria de otras bebidas gran parte de la producción se dirige a firmas comercializadoras. Esta hipótesis se reafirma al observar que alrededor de un 66% de las marcas utilizadas por esta industria corresponden a marcas del distribuidor. La atención sobre el comportamiento de los mercados se realiza, de esta manera, de forma indirecta a partir de las empresas distribuidoras, y de ahí se deriva la escasa atención prestada a elementos fundamentales de marketing (Cuadro V.8).

La rama de productos diversos el 87,7% de la producción se realiza bajo alguna marca comercial, utilizando un promedio de 4,2 marcas por empresa, siendo el 52% propias y el 48% del distribuidor (Cuadro V.8).

A pesar de ser la rama que mayor proporción de su producción vende a granel (alrededor del 40%), el de piensos se presenta en Aragón como el segundo subsector de la IAA en cuanto al número de marcas comerciales utilizadas para la venta de sus productos, es decir 5,1 por establecimiento, siendo el 88% marcas propias. Esto es un indicio de que el subsector de piensos aragonés utiliza la marca para diferenciar su producción por calidades y tipos de piensos (Cuadro V.8).

Cuadro V.8. Número de marcas comerciales utilizadas por la agroindustria aragonesa durante 1.991

RAMAS	PRODUCCION BAJO MARCAS (%)	MARCAS PROPIAS		MARCAS DISTRIBUIDOR		TOTAL MARCAS
		(nº)	(%)	(nº)	(%)	
Aceite	66,9	1,8	85,7	0,3	14,3	2,1
Carnes	74,7	1,8	85,7	0,3	14,3	2,1
Lácteas	80,0	1,5	53,6	1,3	46,4	2,8
Hortofrut.	72,6	1,2	50,0	1,2	50,0	2,4
Cereal	74,1	1,3	68,4	0,6	31,6	1,9
Piensos	60,2	4,5	88,2	0,6	11,8	5,1
Vinos	64,1	2,8	87,5	0,4	12,5	3,2
Otras beb.	94,9	2,0	33,9	3,9	66,1	5,9
Diversas	87,7	2,2	52,4	2,0	47,6	4,2
Total IAA	73,2	2,1	70,0	0,9	30,0	3,0

Fuente: Elaboración propia.

El conocimiento de las preferencias del mercado al cual dirige sus productos tampoco es un tema que obsesione al empresario aragonés. En este sentido, los estudios de mercado son un arma poderosa que suele emplear la IAA a la hora de lanzar nuevos productos al mercado. Durante los tres últimos años, la agroindustria en Aragón ha gastado una media de 165.000 ptas. anuales por establecimiento y 4243 por trabajador en estudios de mercado (Cuadro V.9).

El subsector vinícola y el de otras bebidas son los que mayores gastos en estudios de mercado realizan. El conocimiento de las nuevas tendencias del mercado es un tema de importancia para el empresario vinícola aragonés como se deriva de la observación de los gastos en estudios de mercado por empleado que ascienden a 11.478 ptas. anuales (Cuadro V.9).

Este hecho puede deberse en gran parte a ser

la rama productiva de la IAA que precisa una mayor y más rápida readaptación a los gustos del consumidor como consecuencia de los cambios que se han venido operando en la demanda, sobretodo durante los últimos años, a favor de las bebidas analcohólicas y los vinos de calidad. Este mismo planteamiento podemos hacer para explicar que la rama que en segundo lugar registra los mayores gastos por empleado en estudios de mercado es la de otras bebidas (11.083 ptas. anuales por trabajador) (Cuadro V.9).

El escaso interés del empresario aragonés por adaptarse a las preferencias cambiantes del mercado al que dirige su producción se hace evidente a la vista del promedio de productos nuevos lanzados al año, siendo éste para el conjunto de la IAA de 0,8 por empresa. La media de productos retirados del mercado por empresa es 0,3. Por ramas, la de fabricación de productos lácteos con 5,1 productos nuevos por empresa y año, y la industria de productos diversos con 5, son los que presentan una cifra más elevada de productos nuevos. Sin embargo, la industria de diversas registra la cifra más alta de productos retirados del mercado, es decir 4,2.

Esto nos demuestra que aunque la innovación en producto es elevada en el subsector de fabricación de productos diversos, por la falta de interés del empresario en el conocimiento del mercado, se produce un alto porcentaje de rechazo del producto por parte de los consumidores (Cuadro V.9). Por provincias destaca Zaragoza tanto en cuanto al número de productos lanzados como retirados del mercado (Cuadro V.9).

Todo ello condiciona al empresario agroindustrial de Aragón en la elección de las estrategias para incorporación de tecnologías más sofisticadas

Cuadro V.9. Productos lanzados y retirados del mercado y gastos en estudios de mercado de la IAA aragonesa (número y ptas./trab.).

RAMAS	PRODUCTOS NUEVOS LANZADOS	PRODUCTOS RETIRADOS	GASTOS ESTUDIOS MERCADO/ TRABAJADOR
Aceite	0,1	0,0	810
Carne	0,5	0,2	1.970
Láctea	1,7	0,2	3.033
Hortofrut.	1,0	0,2	2.193
Cereal	0,8	0,5	4.773
Piensos	0,6	0,2	7.143
Vino	0,6	0,1	11.487
Otras beb.	0,2	0,1	11.083
Diversas	1,7	1,4	2.010
Total IAA	0,8	0,3	4.243

Fuente: Elaboración propia.

V.2.3. Competitividad y Mercado Unico

El empresario aragonés se preocupa fundamentalmente por buscar la calidad del producto y por la fidelidad del comprador. Según la mayoría de los empresarios encuestados, el producto fabricado por la IAA aragonesa se caracteriza por ser de alta calidad; con un buen empaquetado; con un precio, en general, asequible al consumidor; que ofrece unos buenos servicios post-venta al cliente y por crear una buena marca, que sea percibida como tal por el consumidor.

Los productos fabricados por la IAA aragonesa son, en general, productos de bajo valor añadido, intensivos en mano de obra poco cualificada, dirigidos a un mercado maduro fundamentalmente local o regional. Por tanto, la estrategia del empresario aragonés no consiste en la ampliación de la gama de productos, ni en la diferenciación de éste mediante el diseño, ya que la producción de la IAA aragonesa se compone de productos de corte tradicional, diferenciados

únicamente en base a la calidad.

Es muy bajo el porcentaje de empresarios que opinan sobre aspectos tales como la adaptación a la moda y el diseño, pero la mayoría no los toma demasiado en cuenta a la hora de establecer su estrategia comercial, y reconocen, por tanto, que están por debajo del nivel óptimo deseado. La publicidad realizada según los empresarios de las ramas consideradas en este estudio es insuficiente.

El establecimiento de acuerdos horizontales tanto con otras empresas del sector (cooperación horizontal), como con empresas que se muevan en niveles inferiores o superiores en el canal (cooperación vertical) resulta una manera relativamente rápida y fácil de superar las posibles desventajas estructurales de la IAA.

En Aragón un 40% de agroindustrias tienen algún acuerdo con otra empresa bien sea del sector o no. La industria de fabricación de productos lácteos es la que más avanzada está en cuanto al establecimiento de acuerdos de colaboración con otras empresas, ya que en 1991 un 90% de las empresas lácteas tenían alguna cooperación con otras exclusivamente nacionales. En el resto de ramas la cooperación con otras empresas no es una práctica habitual, ya que la proporción de empresas que colaboran con otras oscila entre el 30 y 40% (Cuadro V.10).

Para el conjunto agroindustrial aragonés el 92,3% de esos acuerdos son con empresas nacionales, siendo un 20% de las colaboraciones en el área comercial (Cuadro V.10). Se puede destacar que, mayoritariamente, esos acuerdos son con empresas nacionales, siendo la rama de industrias diversas y de aceites los que cuentan con un porcentaje mayor de empresas con acuerdos con empresas extranjeras (Cuadro V.10).

El 10% de los establecimientos agroindustriales de las tres provincias aragonesas cuentan con acuerdos en el área de abastecimiento, sobresaliendo la industria de fabricación de productos lácteos con un 50% de empresas con acuerdos de este tipo con otras empresas, seguida de la industria de otras bebidas con un 30%, y de la de piensos con un 20%. La cárnica, sin embargo, es la única de las nueve ramas consideradas que no cuenta con acuerdos en este plano (Cuadro V.10).

En el área de producción un 10% de las empresas de la IAA aragonesa cuenta con colaboraciones con otra(s) empresa(s). Por provincias, un 20% de las empresas de Zaragoza cuentan con acuerdos, seguidas de las empresas de Teruel con un 10%, y en último lugar las de Huesca que no tienen. La industria láctea de nuevo es la que cuenta con una mayor proporción de empresas que cooperan con otras en este sentido, seguido de la rama de otras bebidas (30%). En el área de producción los establecimientos de aceites no cuentan con acuerdos con otras empresas (Cuadro V.10).

Una de las vías de actuación más clara para que la empresa agroalimentaria acceda a un nivel superior de I+D son los acuerdos de cooperación con otras empresas. En este sentido, la IAA aragonesa sólo cuenta con un 10% de empresas que tuvieron establecida en 1991 alguna colaboración o acción conjunta con otra(s) empresa(s), no variando esta situación por provincias. La rama de piensos es la que tiene un mayor porcentaje de acuerdos en esta área (20%). Sin embargo, las ramas de aceites, lácteas, otras bebidas y diversas no cooperan en procesos de I+D con otra(s) (Cuadro V.10).

En Aragón la IAA establece fundamentalmente los acuerdos de colaboración con otra(s) empresa(s) en el área comercial (20% de empresas con colaboraciones); no

obstante las empresas de la provincia de Zaragoza lo hacen en un porcentaje más elevado (30%). Todas las ramas consideradas tienen acuerdos con otra(s) empresa(s) en ésta área en mayor o menor medida, siendo la que mayor proporción de empresas cuenta con éstos la rama de otras bebidas (40%), seguida de la de aceites, hortofrutícola y diversas (30%).

En Aragón, entre aquellas empresas que no tenían ningún acuerdo con otra, el 40% de sus empresarios piensa realizarlo en un futuro, menos los de la provincia de Teruel ya que un 50% afirman que los establecerán próximamente. El 80% de los empresarios de la industria láctea, el 50% de la de piensos, vinos y aceites creen que en un futuro llevaran a cabo alguna cooperación.

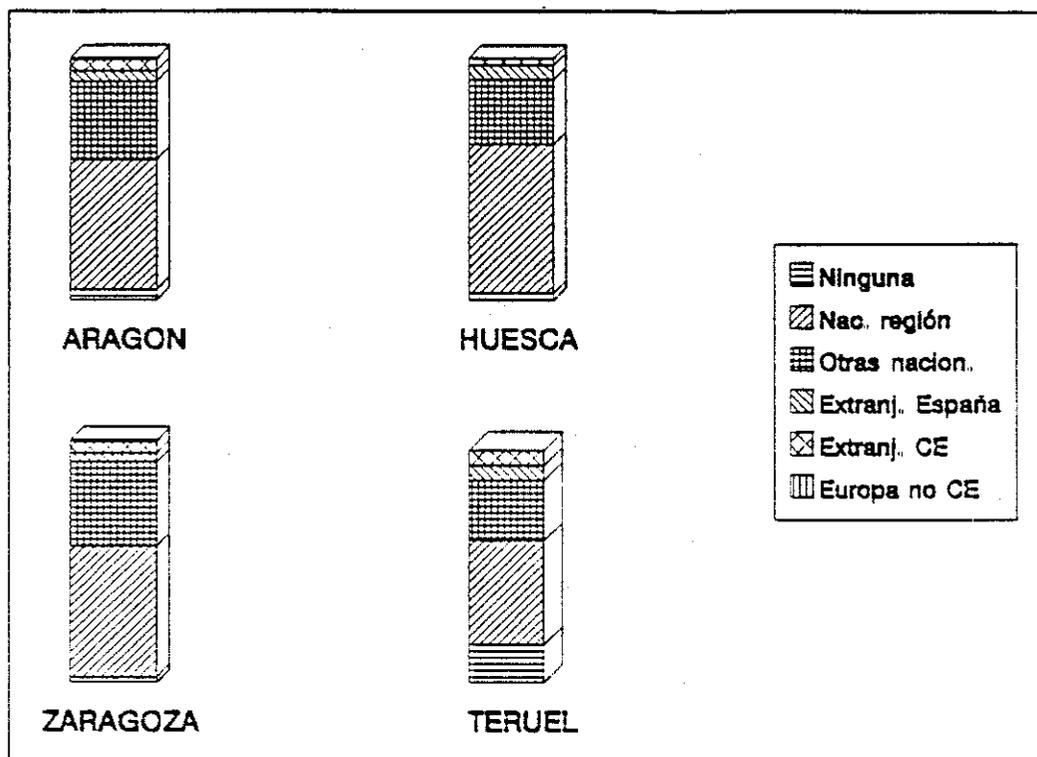
Cuadro V.10. Acuerdos de la IAA aragonesa con otra(s) empresa(s) en 1991 (porcentaje).

RAMAS	ACUERDOS	NACIONALIDAD		A R E A S			
		NACION.	EXTRAJ.	ABAST.	PRODU.	I+D	COMER.
Aceites	30	84,6	15,4	10	0	0	30
Carnes	30	90,0	10,0	0	10	10	20
Lácteas	90	100,0	0,0	50	40	0	20
Hortofrut..	40	90,9	9,1	10	10	10	30
Cereal	30	91,9	8,1	10	10	10	20
Piensos	40	100,0	0,0	20	10	20	20
Vino	30	100,0	0,0	10	10	10	20
Otras beb.	40	100,0	0,0	30	30	0	40
Diversas	40	82,6	17,4	10	10	0	30
Total IAA	40	92,3	7,7	10	10	10	20

Fuente: Elaboración propia.

La principal competencia para las empresas agroalimentarias localizadas en Aragón, según el 54,1% de los empresarios encuestados, son las empresas nacionales situadas en la región, y el 24,4% de ellos piensa que adicionalmente suponen una fuerte competencia las nacionales. Por provincias esta situación prácticamente no varía (Figura V.1).

Figura V.1. Principal competencia para la Industria Agroalimentaria aragonesa (porcentaje de opiniones empresariales).

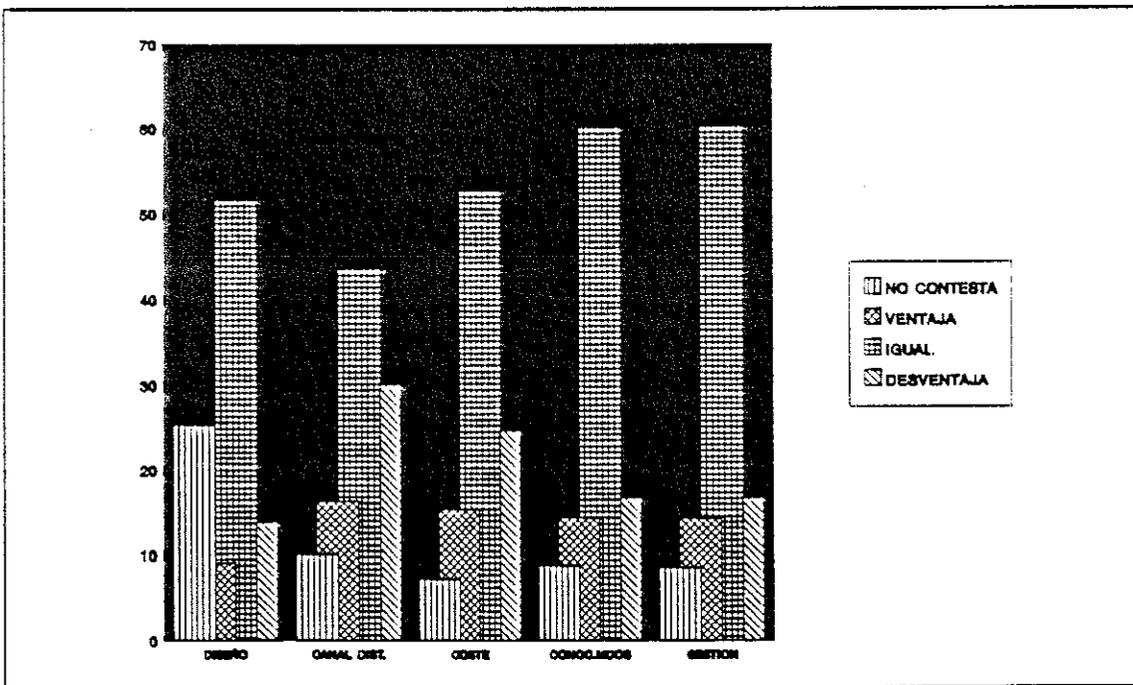
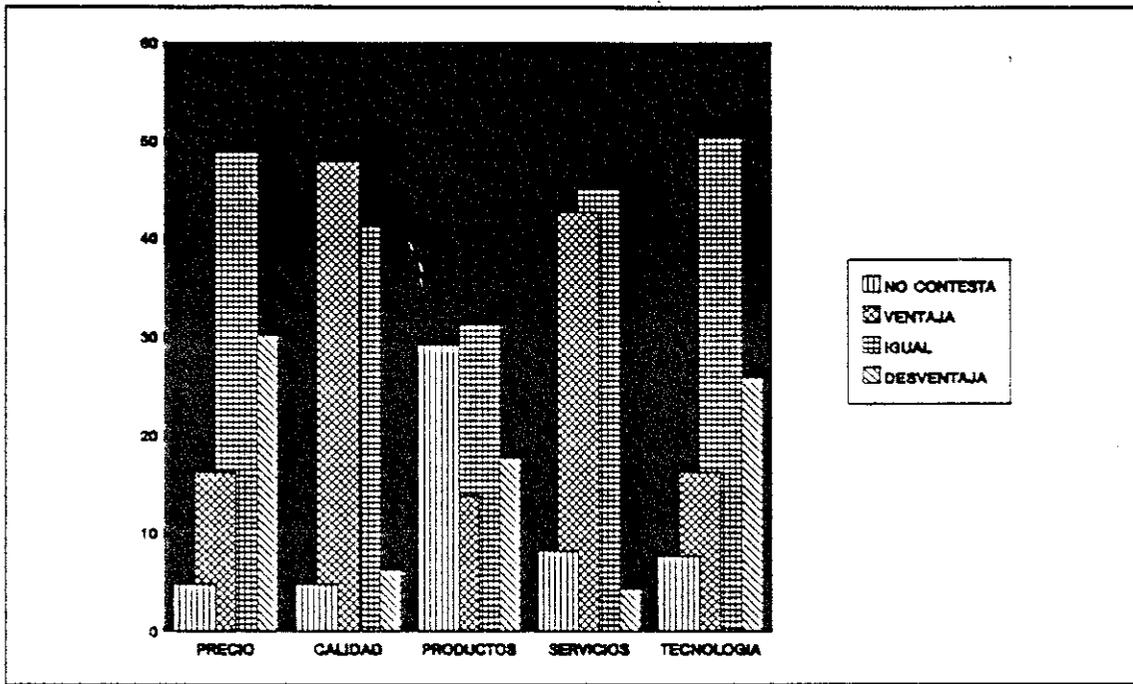


Fuente: Elaboración propia

Los empresarios de las diferentes ramas piensan de igual modo a excepción del 42% de la industria de transformación y manipulación hortofrutícola que creen encontrar su principal competencia entre las empresas españolas situadas fuera de Aragón, y para la industria láctea que son las empresas nacionales tanto situadas en la región como en el resto de España.

Según los empresarios, su principal ventaja respecto a la competencia consiste en la calidad de sus productos (Figura V.2). Esta es la opinión generalizada en todas las ramas productivas a excepción de los fabricantes de vinos y aceites que piensan que en cuanto a la calidad están situados en la misma posición que sus principales competidores.

Figura V.2. Posición de la Industria Agroalimentaria frente a la competencia (porcentaje de opiniones empresariales).



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al precio, los empresarios de la industria láctea aragonesa piensan estar situados en ventaja respecto a sus competidoras y los de la industria cárnica y de productos diversos en desventaja.

Respecto a los productos nuevos que lanzan al mercado únicamente la industria láctea se siente en desventaja frente a la competencia.

El servicio prestado a los clientes es un aspecto en el que los empresarios de las ramas hortofrutícola, diversa, otras bebidas y carne creen estar en mejores condiciones que las empresas competidoras. Los de la industria hortofrutícola y de otras bebidas, sin embargo se encuentran en desigualdad de condiciones respecto a la tecnología de proceso que utilizan.

En el diseño de los productos, únicamente los empresarios de aceites creen estar mejor posicionados que sus principales empresas competidoras, sin embargo respecto al acceso a los canales de distribución los empresarios de la industria de otras bebidas creen estar mejor que la competencia y los de las ramas hortofrutícola y láctea peor.

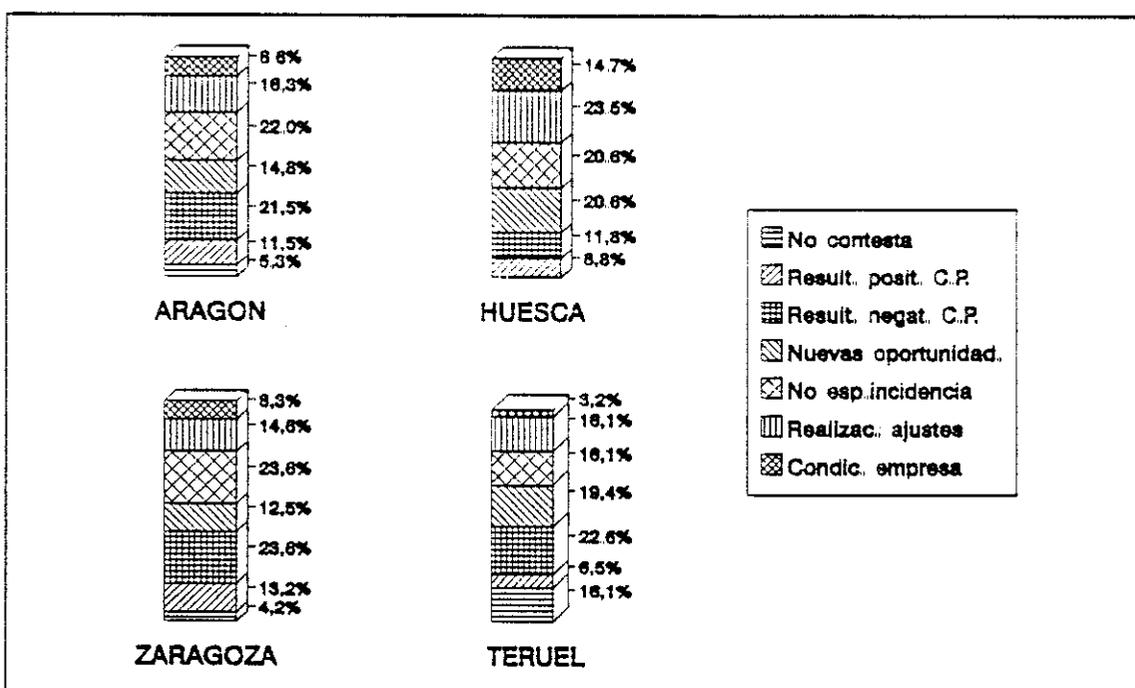
En cuanto al coste de los suministros básicos la IAA aragonesa está en igualdad de condiciones respecto a sus competidores más directos a excepción de los empresarios de otras bebidas que dicen estar peor. Lo mismo ocurre con el conocimiento de los mercados, pero en este caso la rama que constituye la excepción es la de aceites.

Respecto a los sistemas de gestión empresarial utilizados en todas las ramas agroindustriales consideradas los empresarios mayoritariamente opinan estar en igualdad de condiciones respecto a la competencia.

Los empresarios agroindustriales de la provincia de Zaragoza creen que, adicionalmente a la mayor calidad con que fabrican sus productos, frente a los competidores más directos el servicio prestado a sus clientes es mejor; sin embargo los de Teruel piensan que no tienen ninguna ventaja ni desventaja frente a la competencia.

La estrategia comercial del empresario de la IAA aragonesa se basa en la potenciación de la calidad de un producto tradicional sin expandir sus ventas al mercado nacional y/o comunitario y por ello la opinión es que el MUE no tendrá una especial incidencia para sus empresas (Figura V.3). Por ramas se puede destacar que ésta es la más generalizada entre los empresarios de la industria del cereal, productos lácteos, cárnicos y otras bebidas.

Figura V.3. Incidencia del Mercado Unico Europeo para la Industria Agroalimentaria aragonesa (Porcentaje de opiniones empresariales).



Fuente: Elaboración propia



Los empresarios de la rama de vinos no están muy seguros de cómo les puede afectar el MUE: unos opinan que tendrá resultados negativos a corto plazo, y, para otros, conlleva nuevas oportunidades o la realización de ajustes. Los empresarios de las ramas hortofrutícola y aceites tienen una opinión desfavorable del MUE, ya que piensan que provocará efectos negativos a corto plazo. Los de la industria láctea, cárnica y otras bebidas no creen, sin embargo, que el MUE llegue a tener una fuerte incidencia sobre sus empresas. Los empresarios de piensos creen que deberán realizarse una serie de reajustes, y los de productos diversos opinan que la integración del Mercado Europeo conlleva nuevas oportunidades para sus empresas.

Los empresarios aragoneses creen estar peor situados que el resto de los europeos en cuanto a la red de distribución; la capacidad tecnológica; los costes de producción y el acceso a las fuentes de financiación (Figura V.4).

Para afrontar con éxito la entrada en vigor del MUE aspectos tales como la cualificación de los recursos humanos y la organización y equipo directivo no inciden en las diversas ramas de la IAA aragonesa (Figura V.4). La facilidad en el abastecimiento de las materias primas, no obstante, tendrá según la opinión empresarial una influencia positiva para la industria láctea y de otras bebidas ante el nuevo entorno europeo. La proximidad a la clientela, y la flexibilidad de adaptación a las necesidades del cliente según los empresarios de la industria láctea, diversa y cárnica resultan dos puntos fuertes de su empresa, el primer aspecto también es destacado por los fabricantes de piensos.

Respecto a la productividad, los empresarios de la IAA piensan que es un aspecto que no influirá en la competitividad de sus empresas en el nuevo marco europeo (Figura V.4), con la excepción de los de las empresas de

fabricación de productos lácteos, otras bebidas, y carnes que opinan que la reducida productividad de sus empresas tendrá repercusiones negativas. El deficiente conocimiento del mercado también es señalado por los empresarios de la rama hortofrutícola, mientras que para la mayoría de los de piensos el conocimiento del mercado alcanzado por ellos se presenta como uno de los puntos fuertes para sus empresas ante el MUE.

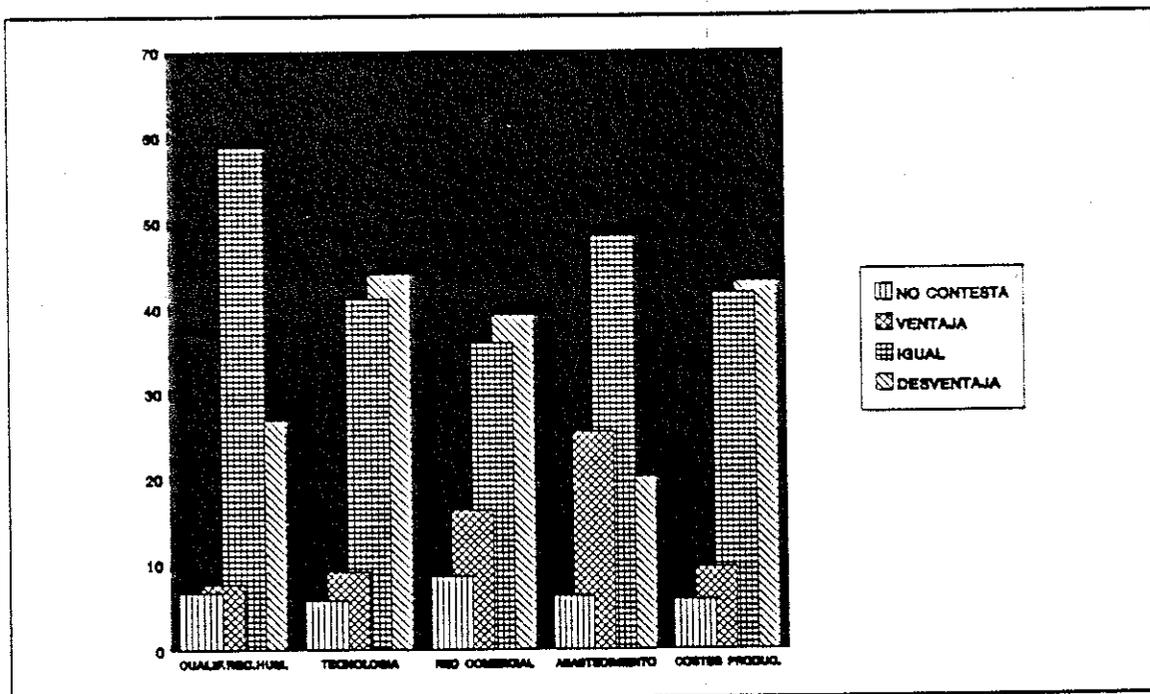
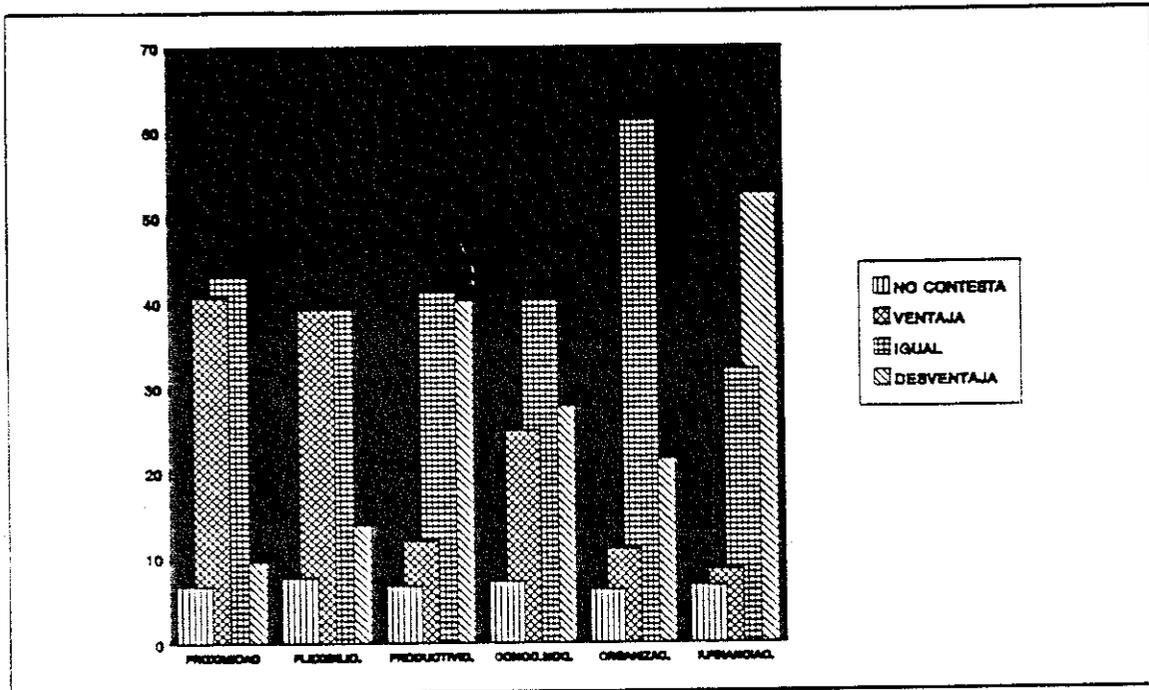
Por todo ello, el empresario agroalimentario aragonés piensa que se debería potenciar en primer lugar el acceso a las nuevas tecnologías, en segundo la calidad final del producto y en tercer lugar la promoción de los productos para mejorar la competitividad de la empresa frente al mercado alimentario europeo.

Por ramas productivas la situación cambia debido a la diferencia en los procesos productivos de cada una de ellas.

El escaso conocimiento de las condiciones del mercado, y sobretodo de la competencia, provoca que la competitividad de las empresas aragonesas esté por debajo del nivel deseado.

Los empresarios de la industria cárnica afirman que debería mejorarse el acceso a las nuevas tecnologías y la calidad, así como las condiciones de producción a fin de reducir costes. Los empresarios de la industria láctea creen necesario potenciar el acceso a nuevas tecnologías en primer lugar, reducir los costes de producción e incrementar las ventas. Los de la rama hortofrutícola ven necesaria la mejora de la calidad final del producto y del sistema de promoción utilizado, además de la reducción de los costes de producción.

Figura V.4. Ventajas y desventajas de la Industria Agroalimentaria aragonesa frente al Mercado Unico Europeo (Porcentaje de opiniones empresariales).



Fuente: Elaboración propia.

Los empresarios la rama de cereales piensan que para enfrentarse al MUE en primer lugar, se debería conocer mejor a la competencia y en segundo, reducir los costes de producción. En la rama de piensos, los reajustes ante el MUE deberían basarse en la reducción de los costes de producción y la potenciación de la calidad final del producto. El subsector de producción vinícola ve necesario el promocionar sus productos, para incrementar sus ventas y mejorar la información que tienen sobre la competencia.

La industria de otras bebidas manifiesta que para incrementar la competitividad de sus empresas frente al resto de las europeas sería conveniente la reducción de los costes de producción. Según los empresarios de la industria de fabricación de productos diversos, sería conveniente potenciar la calidad final del producto, el acceso a las nuevas tecnologías y el conocimiento de la competencia.

Hay que tener en cuenta que, la ausencia de medios de financiación y el débil apoyo ofrecido por las Administraciones constituyen en mayor o menor medida el principal obstáculo que ha tenido que intentar vencer la IAA aragonesa desde la adhesión de España a la CE. Excepción a esta regla la constituyen, las industrias de aguas y bebidas y la de productos diversos que apuntan su principal dificultad en la inadecuada capacidad productiva de sus empresas.

VI. Consideraciones finales.

La IAA es uno de los sectores industriales de mayor importancia económica, tanto para la CE, como para España y Aragón. Sin embargo, su estructura productiva difiere significativamente entre países y ramas. Únicamente se siguen algunas pautas de comportamiento comunes entre las diferentes ramas debido a la similitud sus procesos productivos.

La producción agroalimentaria en la CE muestra una tendencia creciente. Las ramas de mayor importancia atendiendo al volumen de producción son la cárnica y la láctea, siendo los mayores productores agroindustriales Francia y Reino Unido, España se sitúa en quinto lugar.

En España la producción agroindustrial es la de mayor importancia entre los diversos sectores industriales, siendo Cataluña la Comunidad Autónoma que registró un mayor volumen en 1990, ocupando Aragón el décimo lugar. Las ramas de mayor peso en la producción agroindustrial española, al igual que en la CE, fueron la industria cárnica y la láctea. En Aragón, la industria cárnica también se configura como la de mayor importancia respecto a volumen de producción, seguida por la industria de cereales.

En cuanto al empleo, se está observando durante los últimos años en la CE un decrecimiento debido, fundamentalmente, al incremento de la automatización y mecanización, a pesar de seguir siendo uno de los sectores industriales en el que la mano de obra cobra mayor importancia. Reino Unido y Alemania en 1989 fueron los países de la CE que ocupaban mayor número de trabajadores en la agroindustria. En España, este fenómeno es de menor importancia debido al menor nivel tecnológico y a la gran importancia que todavía tiene el empleo de mano de obra eventual. El subsector que absorbe mayor empleo es el de cereales tanto en España como en Aragón.

Los costes de personal en España y Aragón suponen menos de un 3% sobre el valor de la producción. El pago a la mano de obra no constituye un coste demasiado pesado para la empresa, debido en parte al bajo nivel de cualificación requerido a los trabajadores eventuales. La rama que presenta mayores costes de personal es la de otras bebidas.

En la CE, la productividad, medida como cociente entre el VAB por empleado, es menor en la IAA que en otros sectores industriales. Italia, Francia e Irlanda son los países que presentan las tasas de productividad más elevadas. España muestra una de las tasas de productividad menores de la CE. Sin embargo, en Aragón la productividad es mayor en la IAA que en el resto de sectores industriales. En España, y en particular Aragón, la industria de fabricación de productos para alimentación animal es la rama que presenta un mayor nivel como consecuencia del bajo volumen de trabajadores que ocupa.

En Aragón, los mayores niveles de inversión se presentan entre las ramas que necesitan de una readaptación a los gustos predominantes en el mercado: la hortofrutícola y la vinícola.

En la CE, la mayor generación de riqueza, medida por el ratio VAB/producción, se registra entre los países y subsectores con mayor grado de industrialización (generalmente el norte europeo). En España ocurre algo similar ya que la Comunidad Autónoma que generó mayor VAB/ producción durante 1990 fue Cataluña, y por ramas la industria de fabricación de otras bebidas, al igual que ocurre en Aragón.

El consumo también varía entre los diferentes países que componen la CE. En los países del Sur la alimentación supone una mayor parte del presupuesto doméstico que en el Norte.

En cuanto al tamaño empresarial, cabe destacar que también difiere significativamente entre los establecimientos del Norte y del Sur europeos. La IAA mediterránea está compuesta fundamentalmente por pequeñas empresas de corte tradicional, especializadas en un sólo producto, como es el caso de España y, en particular, Aragón.

El grado de concentración mayor se presenta en la CE en aquellos países y ramas que utilizan más intensivamente el factor capital. En España y en Aragón el mayor nivel de concentración se encuentra entre las ramas que requieren niveles de tecnología (cerveza, productos lácteos, etc).

La competitividad de la industria agroalimentaria española (incluyendo Aragón) frente a la europea es, en general, débil. Esto es consecuencia de la menor dimensión empresarial, de la escasa experiencia en internacionalización de mercados, del uso poco frecuente de estrategias de marketing y de la menor capacidad innovadora tanto en cuanto a producto y proceso productivo, como en el área de gestión y administración.

La implantación del MUE conlleva la desaparición de barreras a la libre circulación de bienes, personas, capitales y servicios entre los doce países miembros, lo que provocará una reducción importante de costes y mejoras en la competitividad de las empresas europeas.

La reducción de costes viene fundamentalmente de la armonización de las normas sobre etiquetado y empaquetado; la reducción de los gastos en procesos burocráticos y la eliminación de las barreras al comercio.

Para la IAA resulta difícil la completa abolición de estos obstáculos al comercio. Por ello, la Comisión de la CE estableció una Ley Alimentaria que ha ido remodelando y

ampliando en base a las necesidades que han ido surgiendo.

El establecimiento del MUE tendrá repercusiones sobre la IAA europea tanto económicas como estructurales. En el plano económico podemos destacar el incremento del PNB y del número de trabajadores, y la reducción de los precios finales.

Entre los efectos estructurales podemos destacar la concentración geográfica de algunos bienes básicos o relocalización de los recursos productivos atendiendo al concepto de ventaja comparativa entre las regiones; el crecimiento interno de las empresas como reacción a la mayor competitividad intracomunitaria, o el crecimiento externo a fin de incrementar la cuota de mercado. También se espera la mejora en la producción, organización y marketing de las empresas por el incremento de la competitividad, prestándole una mayor atención a la innovación en producto y a la automatización; y el incremento del área de influencia como resultado de la liberalización de los intercambios y la armonización de las leyes alimentarias.

Como hemos dicho, cada rama de la IAA tiene una situación y unas perspectivas diferentes en la CE.

La industria cárnica es la rama de mayor importancia para la agroindustria de la CE y de España. El consumo durante los últimos años está creciendo y se espera que continúe en los próximos años. La producción también se prevé que como en años anteriores presente una evolución positiva, aunque a una tasa aún inferior a la del consumo. Las perspectivas de la industria cárnica de la CE se encaminan hacia el crecimiento de la concentración de las empresas; la reducción de los márgenes; la desaparición de los mataderos más ineficientes; un incremento de las exportaciones españolas; y la diferenciación en las carnes de ave. Por tanto la industria cárnica cuenta con expectativas favorables de crecimiento.

Las industrias lácteas supusieron en 1989 aproximadamente el 18% de la producción agroindustrial comunitaria. En España la participación de esta industria en la producción agroindustrial fue menor. La producción de esta rama está limitada por las medidas aplicadas por la PAC, aunque es previsible que se mantengan los excedentes por las mejoras tecnológicas y la disminución de los costes de alimentación animal. El consumo aunque va en aumento, sigue siendo inferior a la producción. Las perspectivas de consumo de productos lácteos no son favorables. El empleo sigue desde hace algunos años una tendencia decreciente como consecuencia de la disminución del número de explotaciones lecheras y el incremento de la automatización. Se prevee que el MUE ofrezca a la estructura productiva de este sector nuevas oportunidades.

La industria de fabricación de productos para alimentación animal se clasifica en productos para animales de granja y para animales domésticos. El primer grupo es el de mayor importancia en la CE tanto en producción como en consumo y empleo, y depende del consumo de los diferentes tipos de ganadería a los que se dirigen estos productos. Esta rama ofrece pocas posibilidades para su expansión como consecuencia de la saturación del mercado, la carencia de sentido de las exportaciones a larga distancia y la insuficiencia de los reembolsos a las exportaciones de la PAC. Este sector está viviendo un proceso de concentración tanto horizontal como vertical, no habiéndose producido este fenómeno aún en España. En cuanto a los productos para alimentación de animales domésticos, cabe destacar que aunque en la actualidad no supone un porcentaje muy elevado de la producción agroindustrial de la CE, presentan muy buenas perspectivas tanto en cuanto a producción, como a consumo y empleo.

La producción del sector de galletería, bizcochería, chocolatería y confitería suponía en 1989 un 7,5% del total agroindustrial de la CE, y va en aumento, aunque sigue siendo

inferior al consumo. Los países de la CE más consumidores son los del Norte europeo. En esta rama destaca la industria del chocolate por su elevado grado de concentración. El marketing es un arma poderosa en esta rama.

El subsector de aceites y grasas de la CE representó en 1989 un 5,1% aproximadamente del total agroindustrial. La producción y el consumo de aceite de oliva está concentrada en el sur de la Comunidad, siendo España uno de los principales países productores. Se prevee un incremento de la producción ya que recientemente han entrado multinacionales en este sector, pudiendo suponer para los próximos años enormes cambios a nivel de marketing y la entrada en otros mercados. El consumo de aceite de oliva se espera que disminuya como consecuencia de la disminución en el precio de los otros aceites. La producción de otros aceites y grasas es muy superior a la de oliva, y tanto la producción como el consumo han ido incrementándose en los últimos años a una tasa constante. Se viene experimentando una alta concentración en el sector.

La producción de productos congelados de la CE supone un 4,2% del total agroindustrial, presentando buenas perspectivas de desarrollo. En los países donde el consumo aún es reducido tiene posibilidades de prosperar con resultado de la mejora en las redes de distribución y la infraestructura en los hogares. En los países donde el consumo es elevado, puede seguir creciendo si se amplía la oferta mediante la innovación y diferenciación de los productos.

El consumo en la CE de jugos y conservas vegetales es mayor que la producción. El consumo varía dependiendo del producto considerado y la producción está siguiendo una tendencia creciente. El empleo sufre desde hace algunos años un estancamiento. Se prevee la intensificación de la competencia entre la CE y los terceros países; un incremento de la

producción hortofrutícola transformada; una mayor innovación y diversificación de la producción y una racionalización de las estructuras productivas.

El sector de harina de la CE se caracteriza por su baja productividad. Es un producto excedentario, siendo difícil hacer previsiones ya que la producción depende en gran medida de las condiciones climatológicas. Recientemente este subsector a experimentado cambios en el proceso productivo: innovaciones tecnológicas y nuevos sistemas de control de procesado. Las expectativas para este subsector son inmejorables de cara al MUE por la desmantelación de las barreras arancelarias y la liberalización del transporte.

El resto de productos que fabrica la IAA comunitaria suponen alrededor del 30% de la producción total. Entre las diferentes ramas hemos analizado la industria vinícola, de refrescos y la cervecera por ser las de mayor importancia en cuanto a producción. Estas tres ramas se encuentran muy afectadas por los cambios que se han venido experimentando en la demanda durante los últimos años.

El último apartado de este estudio tiene como objetivo analizar la situación y perspectivas ante el MUE de la agroindustria aragonesa. Para ello nos basamos en las opiniones empresariales obtenidas mediante una encuesta realizada a todos los establecimientos agroindustriales con más de 20 empleados y a una muestra estratificada de empresas con menos de esos trabajadores.

Respecto a la tecnología e innovación, la empresa agroalimentaria aragonesa emplea a pocas personas en sus departamentos de I+D siendo los gastos en estos procesos insignificantes. La mayoría de los gastos de I+D son por personal propio y generalmente los financia la empresa. El empresario aragonés conoce en qué mercado nacional puede

comprar la tecnología y equipos productivos adecuados para mejorar la competitividad de la empresa, aunque su implantación viene dificultada por la falta de recursos financieros y el débil apoyo ofrecido por las instituciones públicas. En caso de que estos problemas se solucionaran, el empresario introduciría las nuevas tecnologías sobretodo para mejorar el proceso productivo, más que en el área del producto y/o de la administración y gestión empresarial.

El sistema de distribución más utilizado por la IAA en Aragón es la red propia. Para la comercialización de sus productos emplea a una media de 5,6 trabajadores por empresa, suponiendo los gastos en distribución y promoción de los productos aproximadamente 150.000 pts. anuales por empleado. El mecanismo de promoción más utilizado por el empresario aragonés es la edición de material de promoción, concediéndole poca importancia a la asistencia a ferias, a la participación en programas de promoción al comercio exterior o a la realización de misiones comerciales al extranjero. Más del 70% de las ventas de la IAA aragonesa se realizan a través de alguna marca comercial, una media de tres por establecimiento, siendo en su mayor parte marcas propias. La innovación en producto tampoco es una estrategia que utilice habitualmente el empresario, ya que el establecimiento agroindustrial aragonés lanza al mercado en promedio menos de un producto nuevo al año. Los gastos en estudios de mercado tampoco cobran gran importancia.

En el último apartado de la encuesta, el empresario aragonés destaca la alta calidad de sus productos; la buena marca e imagen percibida por el cliente; la calidad de los envases y el precio adecuado con que se vende el producto en el mercado. Sin embargo, también destaca que elementos fundamentales del marketing como son la adaptación a la moda predominante en el mercado, el diseño y la publicidad realizada, están por debajo del nivel óptimo.



Un 60% de empresas agroalimentarias aragonesas tiene acuerdos de cooperación con otras empresas nacionales, generalmente en el área comercial. La principal ventaja de la empresa agroalimentaria de Aragón frente a la competencia (las empresas nacionales situadas en la propia región) es la calidad de sus productos. Dado que la estrategia del empresario aragonés se basa fundamentalmente en dirigir su producto al mercado local y/o regional, los puntos fuertes con que cuentan sus establecimientos ante el MUE son la proximidad a la clientela y la flexibilidad de adaptación a las necesidades del cliente. La mayoría de los empresarios, sin embargo, piensa que la implantación del MUE no tendrá ninguna repercusión para sus empresas.

La integración del mercado alimentario europeo puede brindar nuevas oportunidades a la agroindustria aragonesa, y ofrece:

a) Ampliar la cuota de mercado en el resto de países de la Comunidad a aquellas empresas que únicamente operan a nivel nacional. La CE constituye un amplio mercado con 320 millones de consumidores en el que la demanda de productos agroalimentarios supone aproximadamente el 70% de la demanda total.

b) Mayor facilidad para la adquisición de nuevas tecnologías, mano de obra cualificada, capitales y servicios en cualquiera de los 11 países restantes. Esto supone una mejora cualitativa (mejores inputs), además de una ventaja cuantitativa (a un coste inferior) para la agroindustria aragonesa.

La principal amenaza con que se enfrenta la IAA en Aragón es la entrada de nuevos competidores en el mercado.

En nuestra opinión las empresas agroalimentarias deberían hacer un mayor esfuerzo inversor en proyectos de I+D a fin de

elevar su competitividad. Para ello es necesario que el empresario vea la realización de estos procesos como una inversión y no como un gasto inútil.

Es necesario que los empresarios agroindustriales aragoneses se apoyen más en elementos fundamentales de marketing como puede ser la publicidad y promoción de los productos, y se lancen a nuevos mercados ya que la implantación del MUE le ofrece la oportunidad de ampliar su cuota de mercado.

La IAA aragonesa necesitará una serie de reajustes, que ya deberían haber sido realizados con objeto de mejorar su competitividad ante la implantación del MUE. Las empresas situadas en la provincia de Zaragoza son las que cuentan con mejores perspectivas ante este nuevo entorno, ya que presentan mejores condiciones tanto en cuanto a tecnología e innovación (más intensivas en tecnología, mayor grado de I+D, la actitud más abierta a las innovaciones, y renovadora de sus empresarios, etc.), como en la estrategia comercial utilizada.

VII. Referencias Bibliográficas

AGRA EUROPE, 1989. 1992: Implications for the agrifood industry. Agra Europe Special Report, 48, 27 pp.

AGRA EUROPE, 1992. A Single Market in the EC. Implications for the international Food and Agribusiness industries. Agra Europe Special Report, 63,.

ASOCIACION DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACION DE ARAGON (AIAA), 1991. Calidad e innovación tecnológica en las empresas agroalimentarias de Aragón. Zaragoza. AIAA, mimeo .146 pp.

ALONSO J.A., 1992. "Ventajas comerciales y competitividad: aspectos conceptuales y empíricos". Información Comercial Española, 705, mayo, 38-76.

ASSOCIATION INTERNATIONALE DE BOULANGERIE INDUSTRIELLE (AIBI), 1991. "Panorama de la industria comunitaria 1991-92: Panadería industrial". Panorama, 15, 57-59.

ASSOCIATION DES INDUSTRIES DE LA CHOCOLATERIE, BISCUITERIE, BISCOTTERIE ET CONFISERIE (CAOBISCO), 1991. "Panorama de la industria comunitaria 1991-92: Galletería, bizcochería, chocolatería y confitería". Panorama, 15, 60-63.

BARCELO L.V., 1991. Política agroalimentaria valenciana. Fundación Cañada-Blanch, 292 pp.

CALCOLO P., 1991. "Panorama de la industria comunitaria 1991-92. Cambios CE". Panorama, 15, 1-92.

CALVO J.L., LORENZO M.J., 1992. "La dimensión de las PMES españolas: comparación con la CE". Economía Industrial 234, marzo-abril, 21-31.

CECCHINI, P., 1988. The European Challenge 1992: the Benefits of a Single Market. Wildwood House.

COMITE DE TRAVAIL DES MALTERIES DE LA CE (EUROMALT), 1991. "Panorama de la industria comunitaria 1991-92: Maltería". Panorama, 15, 98-100.

COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (CCE), 1985. La Legislación Comunitaria en Productos Alimentarios. COM (85) 603.

COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (CCE), 1988a. Cost of non Europe. CCE. Bruselas.

COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (CCE), 1988b. "The economics of 1992". European Economy, 35. Luxemburgo.

COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (CCE), 1989. Horizontal Mergers and Competition Policy in the European Community. CCE. Bruselas. Dirección para Asuntos Económicos y Financieros.

COMISION DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (CCE), 1990. The agri-food business in the Community. Directorate General for Agriculture. Panorama of EC Industry, CAP working notes, 15, 93 pp.

CONFEDERATION DES BRASSEURS DU MARCHE COMMUN (CBCM), 1991. "Panorama de la industria comunitaria 1991-92: Cervecería". Panorama, 15, 93-97.

CONFEDERACION DE EMPRESARIOS DE ZARAGOZA (CEZ), 1990. La estructura productiva de Aragón en los 90. Peat Marwick-Consultores (KPMG). 4 vol.

PERRAMON J., 1988. "Les PYME en la Comunitat Econòmica Europea". Patronat Català Pro Europa. Generalitat de Catalunya. Documento de trabajo 15, Barcelona, mimeo, mayo, 74 pp.

RODRIGUEZ-ZUÑIGA J., SANZ CAÑADA L., PEREZ Y PEREZ L., 1991. Tendencias y estrategias del capital extranjero en la agroindustria española. Investigación Agraria. Economía, 6 (2), 267-286 pp.

RODRIGUEZ-ZUÑIGA M., 1992. El sistema Agroalimentario ante el Mercado Unico Europeo. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid. 244 pp.

SMITH J., 1990. The community agrifood industry in the single market. Club de Bruxelles, Bruselas.

UNION OF THE EC SOFT DRINKS ASSOCIATIONS (UNESDA), 1991. "Panorama de la industria comunitaria 1991-92: Bebidas refrescantes sin alcohol/refrescos". Panorama, 15, 101-104.

A.3. Financiación de los gastos de I+D

Financiado por la empresa (%)

Financiado por Administración (créditos y subvenciones) (%)

A.4. ¿Conoce dónde puede disponer de la tecnología y equipos productivos más adecuados para mejorar la competitividad de su empresa? (1 = CONOCE, 0 = NO CONOCE)

Mercado Regional

Mercado Nacional

Otros Países CE

Otros Países no CE

**A.5. ¿Qué dificulta la implantación de nueva tecnología?. (Enseñar cartón)
(ELIJA DOS MAXIMO)**

1. Falta de mano de obra cualificada

2. Falta de información suficiente

3. Falta de recursos financieros

4. Incertidumbre sobre la eficacia de su introducción

5. Falta de apoyo de Instituciones públicas

A.6. En caso de que las dificultades anteriores se solucionaran ¿en qué áreas implantaría estas nuevas tecnologías? (1 = SI, 0 = NO)

1. En el área del producto

2. En el área del proceso productivo

3. En el área de la organización y administración

B.- ESTRATEGIA COMERCIAL

- B.1. Personal dedicado en la empresa a la distribución y promoción de sus productos en los últimos tres años** | _ _ _ |
- B.2. Sistemas de distribución comercial que utiliza su empresa** % DE LAS VENTAS
- Red propia | _ _ _ |
- Comercialización ajena a la empresa | _ _ _ |
- Agentes a comisión | _ _ _ |
- Franquicia | _ _ _ |
- Otras técnicas | _ _ _ |
- B.3. Gastos en el mantenimiento de la red comercial, publicidad y promoción (ferias, campañas, catálogos, etc., ...) de su empresa en los últimos tres años (MILES DE PESETAS)** | _ _ _ _ _ |
- B.4. Mecanismos de promoción utilizados por la empresa en los últimos tres años**
- Asistencia a Ferias Nacionales (1 = SI, 0 = NO) | _ |
- Nº Ferias Nacionales | _ _ |
- Asistencia a Ferias Internacionales (1 = SI, 0 = NO) | _ |
- Nº Ferias Internacionales | _ _ |
- B.5. Misiones comerciales al extranjero (1 = SI, 0 = NO)** | _ |
- Nº Misiones Comerciales | _ _ |

- B.6. Edición de material de promoción (1 = SI , 0 = NO)
- B.7. ¿Ha participado su empresa en programas de promoción de Instituciones de apoyo al Comercio Exterior? (1 = SI, 0 = NO)
- B.8. En la promoción de sus productos ¿cuántas marcas comerciales utiliza?
- Marca propia
- Marcas del distribuidor
- B.9. Porcentaje sobre el total, producido bajo marcas
- B.10. ¿Cuántos productos nuevos ha lanzado su empresa en los últimos 3 años?
- B.11. ¿Cuántos productos ha retirado su empresa en los últimos 3 años?
- B.12. Gastos en realización de estudios de mercados en los últimos 3 años?

C.- COMPETITIVIDAD Y MERCADO UNICO

C.1. En su opinión, ¿qué aspectos destacaría de los productos fabricados por su empresa?

	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy Mala	
Imagen marca percibida por cliente	1	2	3	4	5	__
Alta calidad de los productos	1	2	3	4	5	__
Incorporación de intangibles en:						
Diseño	1	2	3	4	5	__
Moda	1	2	3	4	5	__
Publicidad	1	2	3	4	5	__
Marca	1	2	3	4	5	__
Empaquetado	1	2	3	4	5	__
Servicios post-venta	1	2	3	4	5	__
Precio	1	2	3	4	5	__

C.2. ¿Tiene su empresa algún acuerdo de colaboración o acción conjunta con otra empresa? (1 = SI, 0 = NO)

1. Nacional |__|
2. Extranjera |__|
3. Ambas

¿En qué área? (1 = SI, 0 = NO)

Abastecimiento |__|

Producción |__|

I + D |__|

Comercial |__|

C.3. En caso de que no lo tenga ¿piensa realizarlo en un futuro próximo? (1 = SI, 0 = NO)

C.4. ¿Cómo está situada su empresa respecto a sus principales competidores (españoles y/o extranjeros) en relación a? (REDONDEE EL NUMERO QUE CORRESPONDA)

	<u>EN VENTAJA</u>	<u>IGUAL</u>	<u>EN DESVENTAJA</u>	
Los precios de los productos	1	2	3	<input type="checkbox"/>
La calidad de los productos	1	2	3	<input type="checkbox"/>
Los productos nuevos	1	2	3	<input type="checkbox"/>
El servicio que presta a los clientes	1	2	3	<input type="checkbox"/>
La tecnología de proceso que utiliza	1	2	3	<input type="checkbox"/>
El diseño de sus productos	1	2	3	<input type="checkbox"/>
El acceso a los canales de distribución	1	2	3	<input type="checkbox"/>
El coste de los suministros básicos	1	2	3	<input type="checkbox"/>
El conocimiento de los mercados	1	2	3	<input type="checkbox"/>
Los sistemas de gestión empresarial utilizados	1	2	3	<input type="checkbox"/>

C.5. ¿De dónde proviene la principal competencia para sus actividades? (DOS MAXIMO)

1. De empresas nacionales localizadas en la región
2. De otras empresas nacionales
- De empresas extranjeras:
3. Localizadas en España
4. Situadas en otros países miembros de la CEE
5. Situadas en otros países europeos

C.6. ¿Cómo valora para su empresa la entrada en vigor del Mercado Unico Europeo? (Señalar 1)

1. Con resultados positivos a corto plazo
2. Con resultados negativos a corto plazo
3. Conlleva nuevas oportunidades
4. No tendrá una especial incidencia
5. Conlleva la realización de ajustes
6. Condicionará la propia existencia de la empresa

C.7. Señala cuáles de los siguientes aspectos constituye para su empresa una ventaja o desventaja para afrontar con éxito la entrada del Mercado Común Europeo

	<u>EN VENTAJA</u>	<u>IGUAL</u>	<u>EN DESVENTAJA</u>	
Cualificación recursos humanos	1	2	3	__
Capacidad tecnológica	1	2	3	__
Red comercial	1	2	3	__
Abastecimiento materias primas	1	2	3	__
Costes de producción	1	2	3	__
Proximidad a la clientela	1	2	3	__
Flexibilidad de adaptación a las necesidades del cliente	1	2	3	__
Productividad	1	2	3	__
Conocimiento del mercado	1	2	3	__
Organización y equipo directivo	1	2	3	__
Acceso a fuentes de financiación	1	2	3	__

C.8. ¿Qué elementos resultan prioritarios potenciar para abordar con expectativas de éxito la entrada en vigor del Mercado Común Europeo?

(PRIORICE TRES MAXIMO)

- 1.. Conocimiento de la competencia
- 2.. Acceso a nuevas tecnologías
- 3.. Calidad final
- 4.. Red comercial
- 5.. Conocimiento del clientes y sus necesidades
- 6.. Reducción de costes de producción
- 7.. Maximizar la rentabilidad
- 8.. Incrementar las ventas
- 9.. Promoción de productos

|__| |__| |__|

C.9. ¿A qué problemas o dificultades se ha enfrentado su empresa desde la adhesión de España a la CE? (PRIORICE TRES MAXIMO)

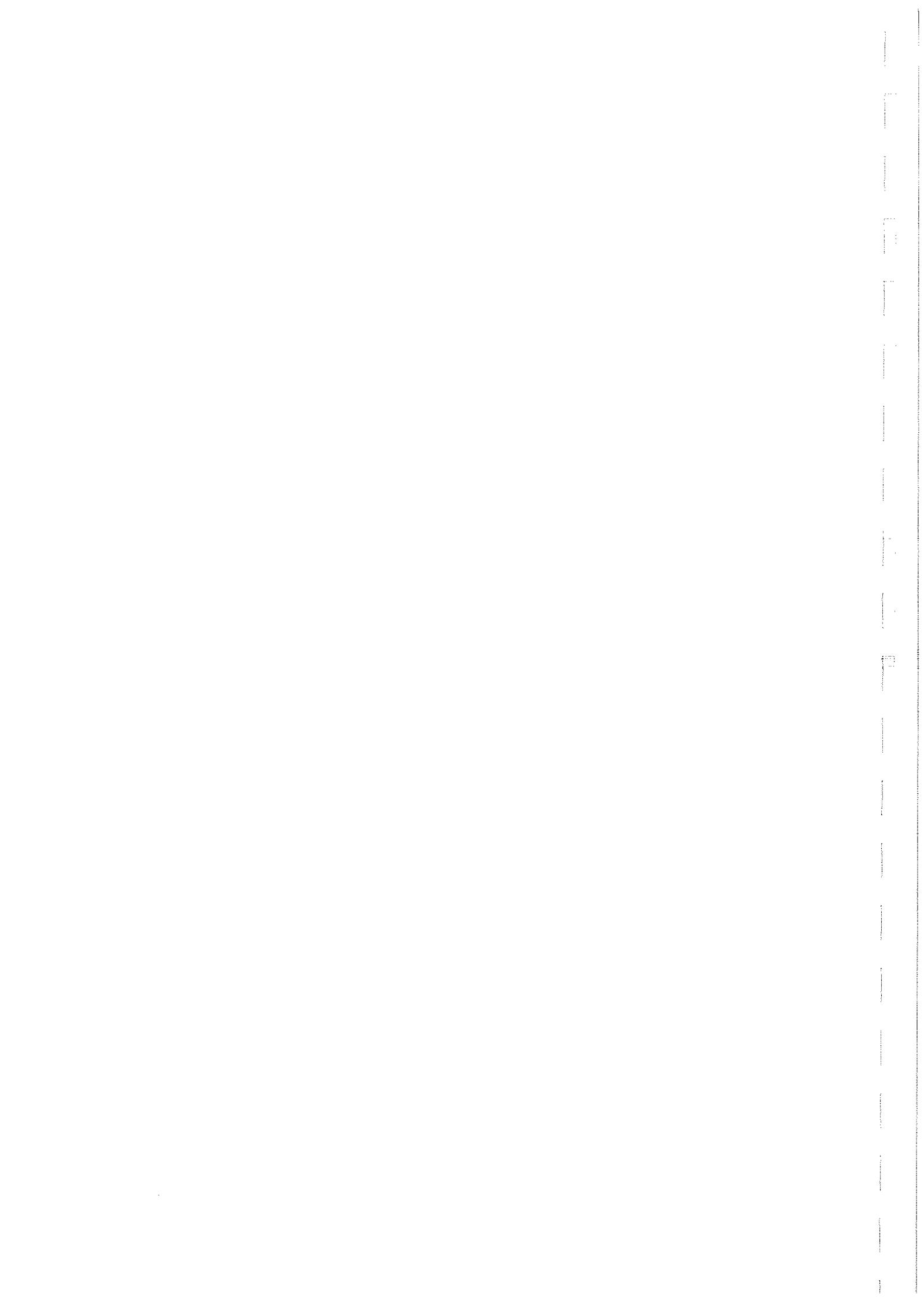
- 1. Ausencia de red comercial
 - 2. Ausencia de medios financieros
 - 3. Inadecuada capacidad productiva
 - 4. Insuficiencia de profesionales cualificados |_| |_| |_|
- Falta de información sobre:
- 5. Mercados
 - 6. Distribuidores
 - 7. Consumidores

Nombre de la persona que contesta, por si se solicitase alguna aclaración posterior:

.....

Observaciones y comentarios que desee realizar sobre algún aspectos de la encuesta:

.....
.....
.....
.....
.....





006376