

CONSERVAS Y TRANSFORMADOS VEGETALES

EL DIFÍCIL EQUILIBRIO PRODUCCION/INDUSTRIA/DISTRIBUCION

■ EMILIO BARCO



El consumo de productos hortofrutícolas frescos sigue siendo un signo de distinción de clases. No ha lugar a preguntar, en restaurante de cierta categoría, si la menestra es o no natural. Tal pregunta evidencia la clase del comensal y puede provocar, no sin razón, la ira del patrón.

En estas preferencias, o prejuicios de clase, como prefieran denominarse, pueden encontrarse algunas de las razones que expliquen el tardío y lento desarrollo de las industrias dedicadas a

la conservación de productos vegetales, incluso después de haberse resuelto favorablemente por Nicolás Appert (1754-1841) las principales limitaciones “tecnológicas”.

La separación de la gran mayoría de la población de la producción de alimentos y su concentración en ciudades y áreas industriales y de servicios, la elevación de los niveles de renta, la mejora de los transportes, la incorporación de la mujer al trabajo, la generalización de las vacaciones o del disfrute fuera del lugar de residencia del fin de

semana, y el desarrollo de las comidas fuera del hogar, han sido algunas de las causas que han permitido superar aquel primitivo nivel artesanal de la industria conservera de principios de siglo, que orientaba su producción a los mercados locales y que más parecía la prolongación de la actividad primaria que un proceso de elaboración industrial.

La presencia en los mercados exteriores y la dinámica económica, además de plantear importantes retos al sector, han contribuido a definir el perfil que lo presenta, un siglo después del

nacimiento de las primeras industrias conserveras, como una parte integrada en ese gran grupo industrial que se denomina Alimentación, Bebidas y Tabaco, al que aporta, en el caso de España, el 7,6% del empleo y el 4,5% del valor de la producción.

PESO ESTRATEGICO

Valorar la importancia estratégica del sector de conservas y transformados vegetales sólo desde la óptica de las grandes cifras económicas (poco más de 27.000 empleos, 1,25% del empleo industrial y una producción valorada en 261.000 millones de pesetas, 0,9% del valor de la producción industrial total), sin tener en cuenta la importancia que tiene desde las perspectivas agraria y rural conduciría, sin duda, a una valoración parcial que ocultaría su papel como articulador del sistema agroalimentario existente en algunas regiones españolas, orientador de algunas producciones hortofrutícolas y generador de empleo en las áreas rurales, tan poco atractivas para la instalación de otro tipo de industrias.

Si tenemos en cuenta, además, que el 60% de la mano de obra ocupada es femenina, bien puede pensarse en su contribución al complemento de las rentas de las explotaciones agrarias, lo que en algunos casos ha permitido la subsistencia de pequeñas explotaciones basadas en cultivos destinados a la industria conservera muy exigentes en trabajo, con pocas necesidades de capital y tierra y un mercado de expansión.

Así, desde los años 50 han venido conviviendo estos dos sectores (agrario e industrial conservero) con un marco de relaciones difícilmente comprensible desde la lógica de la cultura económica dominante, pero fácilmente entendible desde el entorno rural en el que ambos desarrollan su actividad y con unas características económicas de minifundio, sometidas en sus relaciones en el mercado a profundos cambios que hacen tambalear las viejas estructuras de tipo familiar para alumbrar un tejido empresarial capaz de hacer frente a la

competencia que le llega, en el ámbito internacional, de otras zonas de producción.

Cuando estos cambios se producen a la velocidad en que se han producido en la última década, el marco de relaciones, generalmente de dependencia de uno respecto al otro, deja de tener validez y se hace necesaria su redefinición.

Surgen así las relaciones contractuales o los Acuerdos Interprofesionales que vienen a ser como el acta que da fe de la existencia de dos actividades económicas distintas, agraria la una, industrial la otra, que, después de cien años de andar confundidas, por fin ocupan cada una el espacio económico que les corresponde, aún cuando ello no pueda tapar la cantidad de intereses comunes que todavía subsisten y que, sin duda, serán una palanca importante para proyectar el futuro de ambas actividades en el conjunto del sistema agroalimentario.

Esta relación se establece de forma elemental: de los más de 20 millones de toneladas de producción hortofrutí-

cola, aproximadamente un 10% se destinan a la transformación industrial (casi 1,5 millones de toneladas de hortalizas y algo más de medio millón de toneladas de frutas, sin incluir los frutos secos).

Valgan estas cifras como aproximación a otra perspectiva, la de la demanda de producciones agrarias, para valorar la importancia de este sector industrial, que presenta algunos rasgos estructurales particulares.

ESTRUCTURA GENERAL DEL SECTOR

Se incluyen en el sector todos los productos en cuya elaboración se utilizan vegetales como materia prima:

- Conservas de frutas, hortalizas y legumbres
- Zumos y néctares vegetales
- Vegetales congelados y deshidratados
- Platos preparados cuya base principal sean los vegetales
- Aceitunas de mesa.



CUADRO Nº 1
DATOS GENERALES DEL SECTOR DE CONSERVAS VEGETALES

	1978	1982	1986	1990
TOTAL EMPRESAS	979	758	695	744
< 20 personas ocupadas	599	460	463	458
de 20 a 49	200	172	114	149
de 50 a 99	93	69	64	74
de 100 a 499	85	54	52	58
más de 500	2	3	2	5
Personas ocupadas	34.490	26.160	23.279	27.496
Producción Bruta (Mill. ptas.)	75.943	113.536	159.653	260.565
Consumo de materias primas (Mill. ptas.)	45.218	67.934	96.995	145.894
Valor añadido (Mill. ptas.)	22.912	33.809	44.855	69.961

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Industrial del I.N.E.

El Plan Sectorial del Ministerio de Agricultura (1989) cifra en 1.178 las empresas con actividad en el sector, de las cuales, el mayor número, 509 empresas, aparecen en el subsector de conservas de frutas, hortalizas y legumbres; otras 160 en zumos y néctares (incluidas 120 de elaboración de sidra), 34 en congelados y 416 en aderezos de aceituna.

Los datos publicados del Ministerio de Agricultura no permiten observar la evolución del sector, lo que bien puede hacerse a partir de los resultados de la encuesta industrial del INE (Instituto Nacional de Estadística), aún cuando entre ambas fuentes existan diferencias considerables en algo aparentemente tan sencillo como conocer el número de empresas con actividad en el sector.

De las más de 1.000 empresas de conservas vegetales registradas hacia la mitad de los años 70, el censo industrial del INE identifica 744 empresas dedicadas a esta actividad en 1990, presentando la tendencia observada un punto de inflexión (ver cuadro nº 1) en el año de la integración de España en la CE, a partir del cual se produce un aumento que afecta de forma especial a las empresas de tamaño medio.

Del total de empresas existentes, el 62% ocupa a menos de 20 trabajadores,

el 20% entre 20 y 49, y tan sólo 5 empresas declaran más de 500 empleos. Estos datos vienen a confirmar la llamada "atomización" que presenta

el sector y constituye, según todos los diagnósticos realizados, uno de los factores que más limitan la competitividad del sector, lo que aparece de forma más nítida en el escenario internacional en el que hoy se integra la economía española.

En el período de tiempo analizado (1978-1990) el valor de la producción se ha multiplicado por tres, hasta situarse en unos 230.000 millones de pesetas, observándose (cuadro nº 2) el fuerte crecimiento del subsector de congelados, que pasa de representar el 3,70% del valor de la producción en 1978 al 9,68% en 1990, superando los 22.000 millones de pesetas de producción. Este crecimiento puede pensarse que ha sido a costa de las conservas al natural, que han pasado de aportar el 37,76% a la producción del sector al 29,27% en el mismo período de tiempo, aunque sigue siendo el subsector más importante (ver gráfico nº 1) con una producción valorada en 66.822 millones de pesetas.

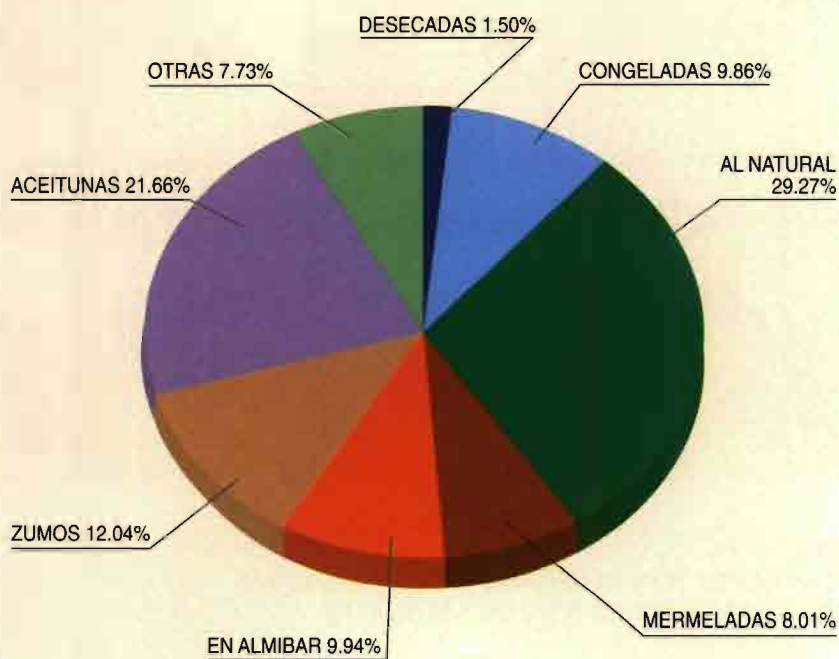
CUADRO Nº 2
VALOR DE LAS PRINCIPALES PRODUCCIONES DE VEGETALES TRANSFORMADOS. (Mill. de ptas.)

SUBSECTOR	1978	1982	1986	1990
HORTALIZAS, FRUTAS Y LEGUMBRES				
Desecadas y Deshidratadas	946	1.364	1.168	3.418
Congeladas	2.645	5.182	13.570	22.507
Al natural	27.002	37.512	43.089	66.822
Otras	1.879	3.926	6.222	9.356
FRUTAS				
Mermeladas y confituras	5.468	8.485	13.372	18.281
En almibar	7.818	8.543	18.319	22.690
Zumos y extractos	7.204	7.806	9.425	27.493
Otras	429	444	1.217	1.166
ACEITUNAS	16.262	27.113	36.002	49.464
OTROS PREPARADOS	2.286	3.185	6.164	8.300
TOTAL	71.939	103.560	148.548	229.497

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Industrial del I.N.E.

GRAFICO Nº 1

PARTICIPACION DE CADA SUBSECTOR EN EL VALOR DE LA PRODUCCION



Fuente: Encuesta Industrial del I.N.E. Datos de 1990.

Puede observarse también un crecimiento superior al del conjunto del sector en la producción de zumos y extractos de frutas, lo que le permite mejorar su aportación al conjunto de la actividad. Por el contrario, presentan menor nivel de crecimiento, además de las conservas al natural ya citadas, las frutas en almíbar, y el aderezo de aceitunas, aún cuando este subsector representa todavía casi el 22% de la producción total del sector.

En el mismo período de tiempo el valor de las materias primas consumidas ha pasado a representar el 56% del valor de la producción, que, aunque reduce en cuatro puntos (respecto de 1978) la fuerte dependencia que presenta la industria conservera del sector agrario, sigue constituyendo uno de sus puntos débiles para la mejora de su competitividad.

La menor participación de las materias primas en la estructura de costes ha sido compensada con un mayor gasto

de servicios adquiridos, aún hoy todavía insuficiente para abordar algunos de los principales retos que se le plantean al sector, aún cuando ésta externaliza-

ción haya podido contribuir a la reducción observada en la participación de los costes de personal, que ha pasado de representar el 18% de la producción en 1978 al 14% en 1990.

Estos datos globales del sector no permiten profundizar en algunos factores necesarios para la realización de su diagnóstico, siendo preciso analizar cada uno de los subsectores que lo componen, limitándonos, desde la perspectiva de este trabajo, a realizar una síntesis de los tres subsectores (conservas de frutas, hortalizas y legumbres, congelados y zumos) relacionados directamente con la producción hortofrutícola.

CONSERVAS VEGETALES. LENTO PROCESO DE CAMBIO

Elevado número de empresas, larga lista de productos, falta de líderes definidos, deficiente estructura empresarial y una estabilización (que apunta al descenso) de la producción, son algunas de las características principales del subsector de conservas vegetales que, en los últimos años, ha visto agravados sus problemas por el estancamiento de la demanda en los principales mercados, la concentración de la producción en las principales empresas que operan



en el mercado comunitario, la presión de la distribución y la aparición de nuevos países productores que aumentan la competencia.

Un escenario de estas características no facilita el necesario proceso de reestructuración del sector, tantas veces aplazado, aunque, sin duda, está provocando cambios importantes que muchas empresas son incapaces de asumir, generándose algunos expedientes de regulación de empleo, suspensión de pagos y cierres, que hacen que las cifras oficiales referidas al número de empresas existentes (cuadro nº 2) pierdan validez, al mismo tiempo que se produce la concentración de la producción.

Probablemente el número de empresas conserveras no sea muy superior a las 300, concentrándose más del 75% de la producción en las diez empresas de mayor volumen de facturación (cuadro nº 4) subsistiendo muchas empresas pequeñas por su especialización en productos específicos de calidad diferenciada, lo que les permite aprovecharse de algunos nichos de mercado con escasa competencia.

* DIVERSIDAD REGIONAL

El 50% de las industrias conserveras se localizan en el Valle del Ebro (La Rioja, Navarra y Aragón), produciéndose desde hace algunos años un desplazamiento de la actividad hacia el sur (Andalucía, Extremadura y las dos Castillas), buscando los efectos positivos de la localización en zonas de producción con abundancia de mano de obra que permite ajustar (aflorada o de forma sumergida) los costes de personal.

Las industrias del Valle del Ebro son generalmente pequeñas y medianas, situándose más del 80% en volúmenes de producción inferior a las 10.000 toneladas y se caracterizan por la producción de una gama amplia de productos entre los que destacan espárragos, tomate, champiñón, encurtidos, pimiento, alcachofa y melocotón.

En el sur, especialmente en Andalucía y Murcia, la característica principal



CUADRO Nº 3

DISTRIBUCION REGIONAL DE LAS EMPRESAS DE TRANSFORMACION DE VEGETALES

REGIONES	CONSERVAS	ZUMOS	CONGELADOS	ACEITUNAS
ANDALUCIA	29	4	3	208
ARAGON	29	4	3	43
ASTURIAS	-	-	-	-
BALEARES	7	1	-	-
CANARIAS	-	-	-	-
CANTABRIA	-	-	-	-
CASTILLA-LA MANCHA	34	4	3	5
CASTILLA Y LEON	23	5	5	28
CATALUÑA	-	5	-	-
EXTREMADURA	11	-	2	89
GALICIA	2	1	1	-
LA RIOJA	68	-	1	-
MADRID	-	-	-	23
MURCIA	74	-	4	-
NAVARRA	160	5	6	-
PAIS VASCO	-	-	-	-
C. VALENCIANA	72	11	6	20
TOTAL	509	40	34	416

Fuente: Plan Sectorial del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

CUADRO Nº 4

PRINCIPALES EMPRESAS Y GRUPOS DEL SECTOR DE CONSERVAS VEGETALES

	Ventas (Mill. ptas.)	Producción (Tm.)	Marca
HERO ESPAÑA, S.A.	15.051	59.000	Hero
HERNANDEZ PEREZ HERMANOS, S.A.	9.350	74.000	Molinera
HEINZ IBERICA, S.A.	8.600	60.000	Orlando-Heinz
FULGENCIO HERNANDEZ, S.A.	7.864	-	El Gladiador
JOSE H. PEREZ E HIJOS, S.A.	7.100	78.500	Comuna
INDUSTRIAS PRIETO, S.A.	6.800	47.500	Prieto
CONSERVAS CHISTU, S.A.	5.700	27.000	Chistu-G.Verde
GRUPO IAN	4.900	22.000	Ian
CONSERVAS Y FRUTAS, S.A. (COFRUSA)	4.800	55.000	Cofrusa
DULCES Y CONSERVAS HELIOS, S.A.	4.200	18.000	Helios
BONDUELLE ESPAÑA, S.A.	4.100	8.000	Bonduelle
MANUEL GARRIDO FERNANDEZ, S.A.	4.030	50.000	Halcón
PEREZ ESCAMEZ HERMANOS, S.A.	3.500	66.000	Mensajero
CONSERVAS NAPAL, S.A.	3.046	23.909	Napal
CONSERVAS FERNANDEZ, S.A.	3.000	-	La Diosa
CONSERVAS EL CIDACOS, S.A.	2.800	-	Cidacos
MAXIMINO MORENO, S.A.	2.800	-	Moreno
AGRAZ, S.A.	2.600	-	-
CEVENASA	2.500	14.400	Dantza
ALCURNIA, S.A.	2.440	-	Alcurnia

Fuente: ALIMARKET. Datos de 1991

es el tamaño medio y grande de las empresas, con altas producciones de alcachofa, pimiento, tomate, mermelada, satsuma y melocotón.

La gran variedad de productos ha contribuido a mantener la estructura existente, con tan sólo un 5% de empresas con capacidad de producción superior a las 30.000 toneladas y casi el 80% de capacidad inferior a las 15.000 toneladas.

La gran mayoría de las empresas no factura más de 500 millones de pesetas cada año y menos del 7% supera los 2.500 millones de facturación.

Esta característica de la industria conservera española está siendo uno de los principales frenos para competir cuando en alguno de los principales países productores, como Francia, se

ha producido un fuerte proceso de concentración de forma que muy pocas empresas de gran volumen comercializan la mayor parte de la producción (cuadro nº 5).

* ESTABILIDAD DE LA PRODUCCION

En el período 1986-1991 la producción total del subsector cayó en un 4,6%, siendo una excepción en esta tendencia las conservas de fruta y observándose los mayores descensos en la producción de mermeladas y confituras.

Esta evolución global del sector ha sido distinta según los diferentes productos transformados (ver cuadro nº 6), destacando la disminución importante en judías verdes y champiñón y los fuertes aumentos en menestra, permaneciendo más o menos estables productos de gran producción como alcachofas, guisantes y espárragos.

En las conservas de frutas se producen aumentos importantes en melocotón y satsuma, y desciende considerablemente en pera y albaricoque.

En transformados de tomate se produce una caída de la producción, más acusada en tomate pelado entero, orientándose la producción hacia el concentrado. La misma tendencia se observa en los países de la CE, lo que permite a España consolidar su cuota de aportación a la producción comuni-

CUADRO Nº 5

CONCENTRACION DE LAS EMPRESAS EUROPEAS EN EL SECTOR DE CONSERVAS VEGETALES

EMPRESAS	PAISES	CUOTA MERCADO	MARCAS
ALDI	ALEMANIA	30%	MARCA DISTRIBUIDOR
BONDUELLE	ALEMANIA	19%	MARCA PROPIA
	FRANCIA	11%	(También hace marca de Distribuidor)
SAUPIQUET	FRANCIA	16%	MARCA PROPIA (Pertenece a BONDUELLE)
HEINZ	GRAN BRETAÑA	27%	MARCA PROPIA
C.G. DE CONSERVES	FRANCIA	10%	MARCA PROPIA (Marca "Daucy")
HILLSDOWN	GRAN BRETAÑA	17%	MARCA PROPIA

Fuente: Food Monitor, Market Intelligence, Euromonitor, Elaboración PW.



CUADRO Nº 6

EVOLUCION DE LA PRODUCCION DE CONSERVAS VEGETALES (Tn.)

PRODUCTOS	1989	1990	1991
HORTALIZAS	276.746	281.371	268.274
Alcachofas	66.300	63.960	66.300
Guisantes	31.356	31.980	31.590
Champiñón	31.200	32.760	26.832
Espárragos	26.832	30.857	27.300
Judías verdes	20.280	19.890	9.828
Zanahorias	6.630	6.762	6.636
Espinacas	4.914	4.953	5.070
Menestra	5.460	5.070	7.878
Pimientos	50.000	50.000	50.000
Otras	33.774	35.139	36.840
TOMATE	367.706	377.374	307.964
Concentrado	85.570	124.718	109.092
Pelado	161.735	137.729	92.054
Otros	120.401	114.927	106.818
FRUTAS	258.461	254.537	269.578
Satsuma	92.076	112.689	114.665
Melocotón	83.033	59.804	91.413
Albaricoque	23.400	30.810	13.764
Macedonia	17.160	14.430	14.508
Peras	12.614	9.447	7.530
Otras	30.178	27.357	27.698
TOTAL	902.913	913.282	845.816

Fuente: Estudio sobre la posición competitiva del sector (M.A.P.A.). 1993.

taria (12%) que le hace ser el tercer país, detrás de Francia (48%) y de Holanda (14%), productor de conservas de hortalizas y el primer productor de conservas de frutas con el 25% de la producción de la Comunidad.

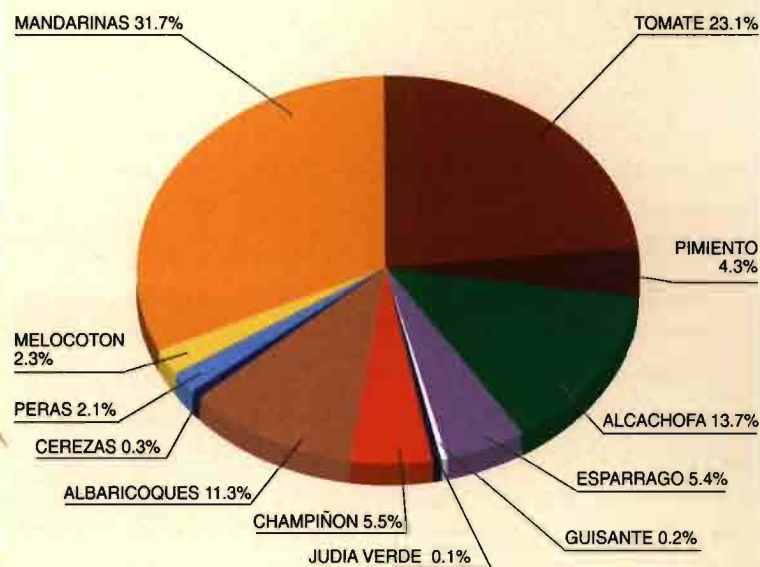
En general, en el área comunitaria, la fuerte competencia de los productos frescos y congelados, junto a los cambios en los hábitos de consumo, están provocando el descenso de la producción de judías y guisantes y el aumento en tomate, maíz, champiñón y nuevos productos que suponen innovaciones en los mercados. Entre las causas que

inducen la estabilización de la producción, pueden señalarse el comportamiento de la demanda en el mercado nacional, la situación en los mercados exteriores y la apertura del mercado nacional a otras producciones.

Para un sector netamente exportador, como lo es el de conservas vegetales, los cambios producidos en el escenario internacional (incorporación a la CE, negociaciones del GATT, Acuerdos preferenciales, etc...) y la situación económica de la peseta, han tenido efectos negativos, que para el conjunto del sector (Capítulo 20) se han traducido en una caída de la tasa de cobertura desde situarse por encima de un 1.500% en 1985 hasta el entorno del 600% en el año 1990 debido al fuerte crecimiento de las importaciones que se acompaña de un ligero crecimiento (cuando no en un descenso) de las exportaciones. Aunque en el subsector que estamos analizando no se produce

GRAFICO Nº 2

PARTICIPACION EN LA EXPORTACION DEL SUBSECTOR DE CONSERVAS VEGETALES



Fuente: Dirección General de Aduanas

el mismo comportamiento en todos los productos.

* MERCADO EXTERIOR

Así, mientras en tomate se produce una importante mejora en la tasa de cobertura (656% en 1988 a 6.473% en 1991), debido principalmente a la casi desaparición de las importaciones, no ocurre lo mismo en otro de los productos importantes del mercado exterior, el espárrago. Las exportaciones han caído de forma importante (11.222 toneladas en 1987, 7.666 toneladas en 1991) y las importaciones han pasado de ser insignificantes en 1987 (27 toneladas) a ser de 1.290 toneladas en 1991, lo que está causando serios problemas a las industrias que centran su actividad en este producto.

La CE absorbe casi la mitad de las exportaciones de conservas vegetales en España, constituyendo el principal mercado en conservas de frutas y mermeladas (67,3%) siendo Gran Bretaña y Alemania importadores significativos de estos productos.

Entre los países no comunitarios destaca la importancia de Estados Unidos, especialmente en algunos productos como satsuma en almíbar (29,7% de las exportaciones) y tomate.

Las exportaciones de tomate a Estados Unidos se han visto afectadas por las tensiones comerciales que enfrentan a este país con la CE, teniendo que superar bloqueos comerciales que para las empresas productoras se han traducido en descensos coyunturales de volumen exportado (1990) y en una nueva orientación de los destinos, principalmente hacia los países comunitarios que absorben ya más del 60% de las exportaciones españolas de conservas de tomate.

En todo caso, cinco productos representan más del 90% del valor de las exportaciones: mandarinas (31,7%), tomate (23,1%), alcachofas (17,7%), albaricoques (11,3%), champiñón y setas (5,5%) y espárrago (5,4%), y de su posicionamiento en el mercado comunitario, netamente importador (tasa de cobertura del 53%) aún cuando en él se distinguen claramente dos grupos de países: el sur claramente exportador y el norte importador (gráfico nº 2).

* CONSUMO INTERIOR

El consumo de conservas ha sido creciente desde 1988 a 1991, observándose un menor crecimiento en el caso del tomate, aún cuando el consumo por persona y año de este producto (5,95 kilos) sigue siendo superior al de otras conservas vegetales (4,82 kilos).

Los hogares aparecen como principales consumidores frente a otros lugares de consumo. En el hogar se consume el 75% de los productos de tomate y el 77% de otros tipos de conservas. La hostelería absorbe el 17% del consumo de tomate y el 11% del resto.

Por zonas geográficas, el Valle del Ebro presenta un nivel de consumo superior a la media nacional, situándose por debajo Galicia y Andalucía.

Los principales rasgos del consumo pueden sintetizarse en los siguientes aspectos:

- El consumo es mayor en los núcleos urbanos que en las áreas rurales y aumenta en las familias con menor número de miembros y en aquellos hogares en los que la mujer trabaja fuera de casa.

- El mayor consumo se produce en los meses de invierno.

- El consumo principal se produce en los estratos económicos medios, disminuyendo entre la población con menor nivel de renta.

- Se destina a la compra de conservas vegetales el 0,82% del total gastado en alimentación, observándose una alta sensibilidad a las variaciones de los precios.

- Los supermercados detentan el 59% del total de las ventas, las tiendas tradicionales el 18% y los hiper el 16%, existiendo una tendencia a aumentar las compras en los hiper.

Puede afirmarse que existe estabilidad con crecimientos moderados en el consumo de estos productos en el mercado nacional pudiéndose apuntar las tendencias observadas en torno a las cuales se articularán las diferentes estrategias de las empresas:

- 1. Crecimiento del consumo en productos más elaborados y productos naturales y ralentización del aumento del consumo en los productos más tradicionales.

- 2. Variaciones en la distribución de las cuotas que actualmente tiene cada lugar de compra en favor de las grandes superficies.

* LA PRESION DE LA DISTRIBUCION

La poca integración existente entre la industria conservera y sus principales clientes, la no existencia de una marca emblemática a nivel nacional con importante cuota de mercado y las dificultades financieras, resueltas en muchos casos con la reducción de existencias en almacén, son algunas de las razones que explican el avance de las empresas de distribución que, además de imponer sus condiciones a la hora de comprar, han ganado cuota de mercado con sus propias marcas en los lineales.

Esto ha provocado que algunas empresas se centren en trabajar exclusivamente para la distribución, olvidándose de sus propias marcas.

La consecuencia más directa para las empresas es la reducción de los precios de venta, en algunos casos hasta niveles que ponen en peligro su continuación en la actividad, generándose una fuerte competencia, que se agudiza por la ralentización del crecimiento del consumo, el aumento de las importaciones, la poca diferenciación de los productos entre las diferentes marcas y la escasa capacidad empresarial para realizar innovaciones.



Desde una perspectiva global del mercado, bien puede pensarse que el aumento en la cuota de mercado de las marcas de la distribución no hace sino acercar la situación del país al escenario comunitario, en el que estas marcas disponen de una cuota superior al 40% (36% en Francia, 43% en Gran Bretaña, 50% en Alemania).

Ahora bien, la estructura de las industrias conserveras españolas es muy distinta de la existente en los países de nuestro entorno (en Francia las tres primeras empresas productoras con marca propia tienen una cuota de mercado del 37%) lo que sin duda va a provocar un ajuste, cuyo coste ya están pagando muchas empresas del sector, y que curiosamente está siendo más alto para las empresas de tamaño medio y alto que para las pequeñas que han encontrado algunos nichos de mercado basados en productos específicos y de calidad diferenciada.

Esta presión de la distribución puede tener también algunos efectos indirectos como la entrada en el sector de fuertes grupos multinacionales, la implantación de asociaciones multisectoriales de comercio exterior y la diversificación de la gama de productos que tradicionalmente viene ofertando el sector.

* POSICION COMPETITIVA DEL SECTOR DE CONSERVAS

El análisis realizado permite sintetizar las fuerzas que condicionan de forma importante la posición competitiva del sector, de acuerdo con los resultados que se recogen en los estudios sobre posición competitiva del sector de alimentación y bebidas en España, elaborados en 1993 por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, al que nos referimos tanto al hablar de conservas vegetales como de congelados y de zumos.

– PROVEEDORES DE MATERIA PRIMA

En el caso de las conservas vegetales, los costes de la materia prima, la calidad del producto y la variación



observada en los destinos a fresco o transformado, generan una fuerte dependencia de los productores.

La estructura de producción de las explotaciones hortofrutícolas y su capacidad competitiva aparece como otro fuerte condicionante de los costes industriales, hace que el poder de negociación de los productores sea escaso y dificulta su integración hacia adelante.

En estas circunstancias la falta de un marco de relaciones estable agricultura-industria sólo existente en aquellos productos con ayudas a la transformación o que cuentan con mecanismos de protección de la calidad, está generando tensiones que no ayudan a la resolución de los graves problemas que afectan a las dos actividades.

– ALTA RIVALIDAD

La coincidencia en el tiempo de un elevado número de empresas de pequeño tamaño y una gama amplia de productos poco diferenciados, con un estancamiento de la demanda favorecida por la posición de la peseta en los mercados de divisas, en un sector cla-

ramente exportador, ha aumentado el poder negociador de los clientes de las empresas conserveras, lo que ha provocado una fuerte rivalidad en el sector con consecuencias sobre los precios, lo que no facilita el diseño de estrategias comunes para el desarrollo del sector desde una doble perspectiva: la consolidación de la cuota en el mercado nacional frente a las importaciones procedentes de otros países productores y la expansión comercial en los mercados exteriores.

– PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

El sector, además de hacer frente a la preferencia histórica de los productos frescos, ha de resolver los cambios que están apuntando las preferencias de los consumidores y que se manifiestan en el descenso del consumo de algunas producciones tradicionales y en la diversificación de los gustos ante una gama más amplia de productos entre los que puede elegir, y entre estos lo congelados y la cuarta gama aparecen como los productos sustitutivos de algunas conservas vegetales, con mejores perspectivas.

“LA HORA DE LA MANCHA”



 *La Mancha*

Garantía de Origen



- DISTRIBUCION

La concentración de las ventas en determinados clientes formados en muchos casos por grandes empresas de distribución o centrales de compra, el bajo coste del cambio del proveedor para el cliente, por ser un mercado poco marquista y de productos no muy diferenciados, así como el aumento de la producción de marcas blancas, está trasladando una parte importante de las decisiones del sector hacia la distribución, generándose así una fuerte dependencia que no va a facilitar la competitividad del sector.

- LA AMENAZA EXTERIOR

Parece más preocupante, para el futuro del sector, la amenaza del aumento de importaciones, muy competitivas en precio, en algunos productos (caso del espárrago o champiñón) y de algunos productos hortofrutícolas frescos que aumenten la competencia a las conservas, que la amenaza de entrada de empresas multinacionales tomando posiciones en el sector, bien con nuevas sociedades o participando en el capital de algunas ya existentes, al menos, en tanto este sector presente un nivel bajo de atracción de capitales dada la situación actual por la que atraviesa.

Todas estas fuerzas actuarán en mayor o menor grado, condicionando la competitividad del sector, en función de la evolución de algunos factores que definen el entorno del sector como:

- La reforma de la PAC en el sector hortofrutícola y los Acuerdos GATT que pueden introducir variaciones significativas en las políticas de ayudas existentes en algunos productos. (Aplicación de sistemas de umbrales, reducción-eliminación de ayudas, equiparación de precios, etc.).

- Cambios en la demanda orientados hacia productos frescos y más naturales.

- Acceso al mercado comunitario, con mayor facilidad (Acuerdos preferenciales con países terceros, Magreb, América Latina y Europa del Este) de

productos más competitivos que los de procedencia española.

- Cambios como consecuencia de la armonización en las normativas de elaboración existentes.

- Posición de la peseta en los mercados de divisas que condiciona de forma importante al sector por ser netamente exportador y la política monetaria que determina los tipos de interés.

- Traslado de empresas a otras zonas de producción no comunitarias.

CONGELADOS VEGETALES. LA COMPETENCIA EN CASA

El subsector de congelados vegetales presenta una estructura de producción muy diferente de la del subsector de conservas vegetales. Pocas empresas (entorno a 25 con producción propia), líderes en el sector, alta concentración de la producción y participación de empresas extranjeras, son algunas de

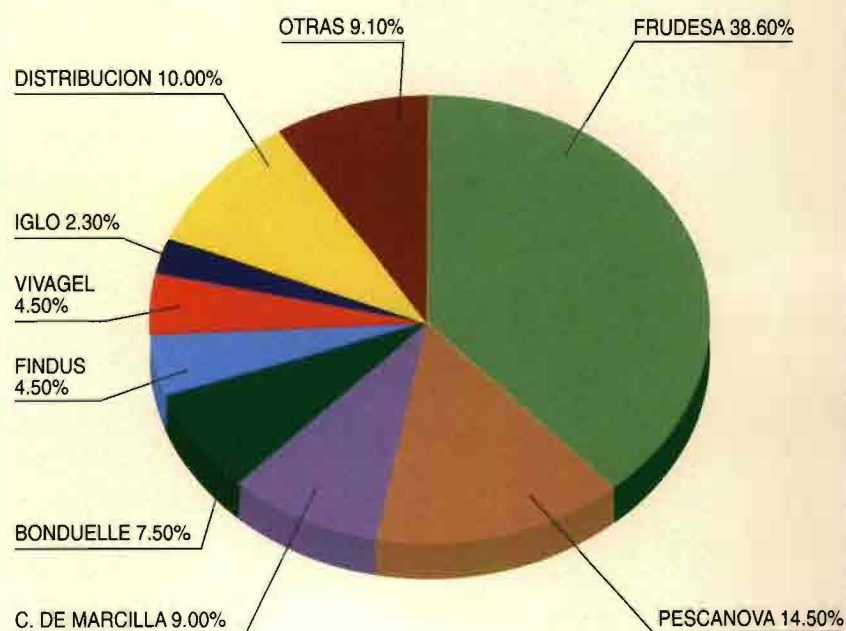
las características estructurales de este subsector que, tras unos años de fuerte crecimiento de la producción, animada por el aumento del consumo en un mercado con escasa presencia de estos productos, ha visto frenadas sus expectativas, debido principalmente a la reducción de los márgenes provocada por la presión de las importaciones, la competencia existente y el poder de la distribución.

Una situación que ha paralizado un proceso inversor generado en la segunda mitad de la última década, que puso en marcha pequeñas y medianas empresas que hoy tienen (las que siguen) importantes dificultades financieras, viéndose obligadas a la producción de graneles para su venta a una de las cinco grandes empresas con importantes cuotas de mercado: Frudesa (38%), Pescanova (15%), Castillo de Marcilla (9%), Bonduelle (8%) y Findus (5%) (gráfico nº 3.)

Las condiciones exigidas en el proce-

GRAFICO Nº 3

CUOTAS DE MERCADO EN VEGETALES CONGELADOS POR MARCAS



Fuente: Estudio sobre la posición competitiva del sector de alimentación y bebidas en España. M.A.P.A. 1993.

so de elaboración a las materias primas hacen que la localización de este tipo de empresas se realice principalmente en el entorno de las grandes zonas de cultivo de los productos a utilizar.

Navarra, con el 20,6% del número total de empresas existentes, es la principal zona de localización, seguida de Valencia (17,7%), Castilla-León (14,8%) y Murcia (11,7%).

* EVOLUCION DE LA PRODUCCION

Desde 1978, la producción se ha multiplicado por 3,3, pasando de 49.470 toneladas a las 164.633 de 1990, alcanzando esta producción un valor superior a los 22.500 millones de pesetas (gráfico nº 4). Esta tendencia al crecimiento continuado en los primeros años de esta década, superándose ya las 175.000 toneladas de producción.

Judías verdes (22,3%), guisantes (14,1%), pimientos (13,5%), coliflor (11,6%) y maíz dulce (9,6%) siguen siendo los productos estrella (gráfico nº 5) en este sector netamente importador, que ha pasado en los últimos años de una tasa de cobertura del 396% (1988) al 79% en 1991, debido más que a la reducción de las exportaciones al fuerte crecimiento de las importaciones (135.808 toneladas en el año 1991), especialmente de guisante y judías verdes con origen en países comunitarios.

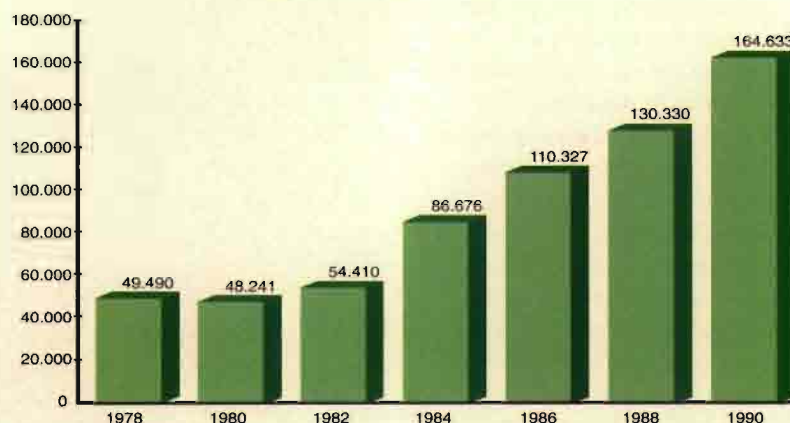
Las exportaciones de congelados vegetales españolas se dirigen principalmente a los países comunitarios y se basan en fresas, pimientos y coliflor mayoritariamente.

* CONSUMO

El volumen de consumo de congelados vegetales se ha visto multiplicado por tres en los últimos cinco años (117.468 toneladas en 1990), pasando a representar casi el 25% del consumo de frutas y hortalizas transformadas, siendo previsible la continuidad de esta tendencia al observar el bajo nivel de consumo por persona existente en España (3 kilos/persona/año) que no alcanza la mitad del consumo por persona de los principales países consumi-

GRAFICO Nº 4

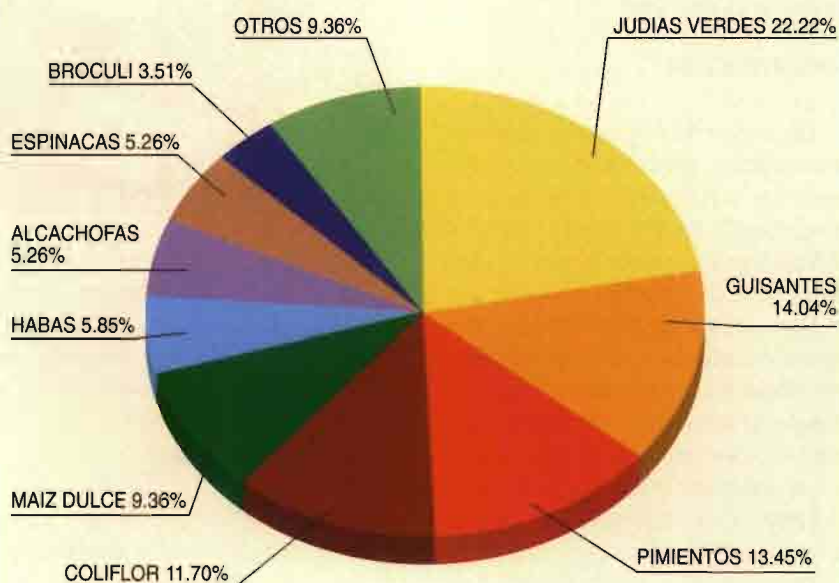
EVOLUCION DE LA PRODUCCION DE VEGETALES CONGELADOS (Tn.)



Fuente: Estudio sobre la posición competitiva del sector de alimentación y bebidas en España. M.A.P.A. 1993.

GRAFICO Nº 5

DISTRIBUCION DE LA PRODUCCION DE CONGELADOS



Fuente: Estudio sobre la posición competitiva del sector de alimentación y bebidas en España. M.A.P.A. 1993.

dores comunitarios: Francia, Dinamarca y Gran Bretaña.

Los hogares consumen el 81% de estos productos, frente al 8% de hostelería y restauración y el 11% de consumo en instituciones.

Los principales rasgos que caracterizan el consumo de estos productos son:

- El Valle del Ebro presenta un nivel de consumo superior a la media nacional, situándose por debajo de Galicia, Asturias, Castilla-León y Andalucía.

– El consumo es mucho mayor en las grandes ciudades y núcleos urbanos, no alcanzándose 1,5 kilos de consumo por persona en las áreas rurales.

– Las familias con menos componentes y aquellas en las que la mujer trabaja fuera de casa presentan los mayores niveles de consumo.

– El consumo es mayor a medida que aumenta el estatus socio-económico de las familias.

– El precio medio de compra de estos productos es de 256 pesetas/kilo, un 23% inferior al precio medio de compra de las conservas vegetales.

– El gasto en estos productos sólo representa el 0,47% del gasto total.

Aún cuando en los primeros años de esta década el consumo ha crecido a un menor ritmo que en los años anteriores, las perspectivas de aumento de la demanda son favorables, en la medida en que continúe el proceso de urbanización, mejora de los niveles de renta e incorporación de la mujer al trabajo fuera del hogar.

* DISTRIBUCION

Las ventas de congelados vegetales se encuentran concentradas en supermercados y autoservicios (47%) y en tiendas tradicionales (39%), frente al 11% que se realizan en hipermercados y el 2% en economatos.

La existencia de dos mercados diferentes, marquista y granel, introduce una variante a considerar: las ventas a granel son importantes en tiendas tradicionales y especializadas en congelados, en tanto que en los supermercados y autoservicios las ventas son de producto envasado.

La tendencia a la concentración de la producción y al control del mercado, por no más de cuatro marcas comerciales, canaliza la concentración de las ventas en supermercados y autoservicios, siendo previsible una concentración alta de las ventas cada vez más en la gran distribución.

La existencia de empresas líderes en el sector con marcas propias dificulta la expansión de las marcas de las empresas de distribución, que no supe-



ran el 10% de cuota del mercado, aún cuando existe una gran producción de marcas blancas adquirida por las grandes empresas del sector. Pero esto no reduce la presión de la distribución sobre la producción, incentivada por las importaciones a precios muy competitivos.

El poder de negociación de los clientes, puede decirse que es alto debido principalmente a:

– Concentración de las ventas en los centros de actuación de la gran distribución.

– La presión que ejercen sobre el mercado las importaciones.

– El 40% del mercado está cubierto por producto a granel, lo que facilita a la distribución el cambio de proveedor.

– El consumo de vegetales congelados, al no ser todavía un mercado maduro, no es muy sensible al precio.

En esta situación, la posición competitiva de las empresas se verá muy condicionada por su capacidad para resistir la presión de la distribución y la tendencia a la concentración, configurándose un sector claramente internacionalizado, en el que pueden convivir dos grupos diferentes de empresas: por un lado, las multinacionales que controlan gran parte de la producción y, por otra parte, un grupo de empresas nacionales que pueden producir para los distribuidores.

En este escenario, se consolidan las marcas líderes en cada país: Laugnese-Iglo en Alemania; en Francia, el grupo Nestlé con Findus, Ortiz-Mirko y Bonduelle; en Gran Bretaña, el grupo Unilever con Birds Eye; en Italia, Findus; y en España, Frudesa, empresa ya hoy de capital mayoritario francés (Saint Louis filial del grupo Eurolim).

ZUMOS. UNA SALIDA A LA PRODUCCION FRUTICOLA

Los movimientos realizados por las grandes empresas europeas y mundiales, en un proceso de expansión caracterizado por la compra de empresas nacionales en los principales países productores de zumos, está siendo la característica principal de este sector en el que, en España, operan aproximadamente 40 empresas en algunos casos con actividad en conservas vegetales, y en los sectores lácteo y del vino, que, al aire del crecimiento del consumo, se posicionan en esta actividad.

Estas empresas se caracterizan por ser de tamaño medio y grande, estando muchas de ellas controladas por capital extranjero, pudiéndose pensar que más del 30% de la producción de zumos del país está en manos de capital multinacional.

Asimismo, existe una clara tendencia a la concentración, dada la importancia que en este subsector tienen las marcas, aún cuando hoy no aparezca un líder definido que saldrá después de los últimos movimientos que se están produciendo en el sector, de entre una de las actuales marcas con mayor cuota de mercado: Leche Pascual (Zumosol, 11,8%), Kas (Kasfruit, 8,2%), Cofrutos (Cofrutos, 8,2%), J. G. Carrión (Don Simón, 7%), Cítricos refrescantes (Vida, 4,5%). (gráfico nº 6).

La localización geográfica de las empresas depende de su actividad. Así, las empresas elaboradoras de concentrado tienden a situarse en las zonas productoras de materia prima (Valencia, Navarra y Aragón, principalmente), en tanto que las industrias envasadoras se ubican cerca de los centros de consumo.

* EVOLUCION DE LAS VENTAS

En el período 1986-1991 las ventas han pasado de 150 a 510 millones de litros, observándose mayor crecimiento en zumos que en néctares, habiendo pasado de unas ventas de 33 millones de litros en 1986 a 357 millones en 1991, con una tendencia que hace prever un aumento sostenido de las ventas.

Algunos cambios introducidos, como la presentación del producto en envase de cartón (80%), favorecen el crecimiento (gráfico nº 7). El 90% de las ventas se concentran en tres sabores: naranja (33,6%), piña (30,5%) y melocotón (26,1%).

Una parte importante de la actividad se centra en la elaboración de concentrados –especialmente de melocotón, manzana, uva y naranja– aunque su producción esta muy condicionada por el comportamiento de los mercados en fresco.

Es precisamente en concentrados donde existe actividad comercial con otros países, manteniéndose una balanza equilibrada con unas exportaciones valoradas en 10.369 millones de pesetas en 1991, frente a unas importaciones por valor de 10.256 millones de pesetas.

El concentrado de naranja es el principal producto exportado e importado, seguido en las importaciones de concentrado de piña, de manzana y pera.

Las razones para la importación de un alto volumen de concentrado de naranja parecen encontrarse más en los precios competitivos de las producciones de Brasil que en la incapacidad de la industria elaboradora para cubrir la demanda del mercado interior.

Los países de destino de las exportaciones son principalmente: Estados Unidos (21%), Francia (22%), Alemania (12%) y Gran Bretaña (6%).

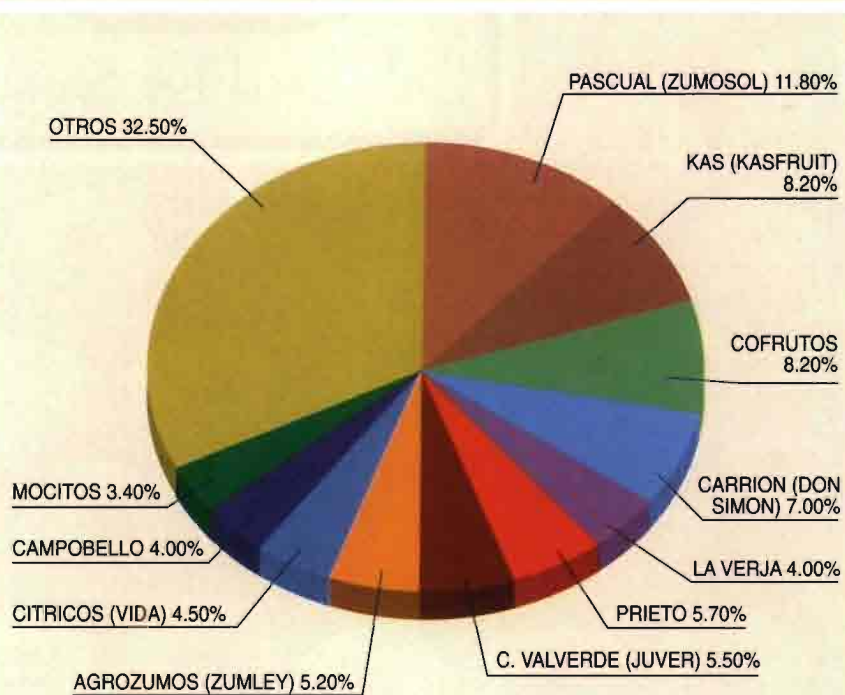
* CONSUMO

El consumo de zumo y néctar de frutas y hortalizas se ha duplicado en España en los últimos cinco años, observándose un ligero descenso en el consumo de zumos de uva/mosto. En 1990 el consumo por persona se sitúa en 12,2 litros, de los que 1,8 corresponden a uva, 1,9 a néctares y 8,5 a zumos.

Este comportamiento del consumo se observa en todos los países comunitarios, siendo el principal país consumi-

GRAFICO Nº 6

CUOTAS DE MERCADO EN ZUMOS POR MARCAS



Fuente: Estudio sobre la posición competitiva del sector de alimentación y bebidas en España. M.A.P.A. 1993.

CONSEJO REGULADOR
DENOMINACION DE ORIGEN

NISPEROS



Callosa d'EN SARRIÀ

por Alemania con 39,6 litros por persona, seguido de Holanda (21,5), Dinamarca (18,6), Gran Bretaña (17,9), y Bélgica (14). Los menores niveles de consumo se dan en Portugal (2,3 litros), Italia (7,5), Irlanda (8) y Francia (8,3).

Por sabores, el consumo comunitario se centra mayoritariamente en dos productos: naranja, con un 51% del total y melocotón, con un 29%, hasta sumar entre ambos un 80%.

Al analizar las características del consumo es preciso distinguir el zumo de uva del resto, por presentar aquel algunos rasgos particulares.

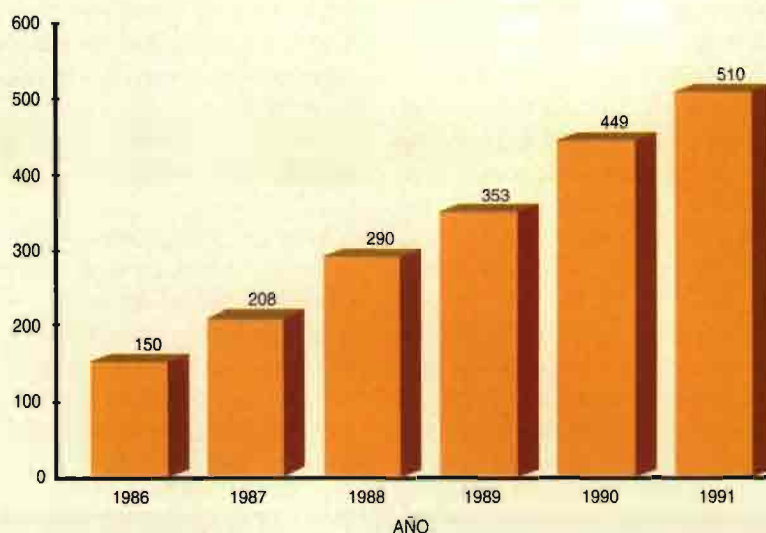
En zumos de uva el consumo se realiza mayoritariamente (60%) en hostelería y restauración, en tanto que los otros tipos de zumos se consumen preferentemente en el hogar (72%) frente al 25% consumido en hostelería y restauración.

Las compras aumentan en primavera y verano, y es Andalucía la única región que presentan un nivel de consumo superior a la media nacional, situándose en los menores niveles de consumo todo el área noroccidental del país.

Las compras aumentan en las áreas de mayor población, en los hogares

GRAFICO Nº 7

EVOLUCION DE LAS VENTAS DE ZUMOS (Millones de litros)



Fuente: Estudio sobre la posición competitiva del sector de alimentación y bebidas en España. M.A.P.A. 1993.



con amas de casa de menor edad y el consumo por persona desciende al aumentar el número de miembros que componen la familia.

El gasto en zumo fue de 966 pesetas por persona en 1990, representando este subsector el 0,7% de la cesta de la compra.

El crecimiento del consumo ha estado acompañado de una reducción progresiva de los precios, que ha reducido considerablemente los márgenes con los que venían trabajando las empresas, lo que ha empezado a cortar algunas expectativas de crecimiento observadas en los últimos años entre las empresas del sector.

De cara al futuro, todo apunta hacia que el consumo siga creciendo, si se mantiene la calidad de los productos ofertados, en línea con la tendencia observada con todos los países de nuestro entorno, más aún cuando el consumo en España sigue siendo todavía inferior al de otros países europeos.



* DISTRIBUCION

En este subsector existe una importante concentración de las ventas en la gran distribución, realizándose el 61% de las ventas en supermercados y autoservicios, el 21% en tiendas tradicionales y el 13% en hipermercados.

Estos datos invitan a pensar en una posición de fuerza en la negociación a favor de la distribución, algo que, sin embargo, no es del todo demostrable en este sector aún cuando la presión de la distribución, (además de por la fuerte competencia entre las empresas por aumentar su cuota de mercado), haya conseguido reducir considerablemente los precios.

Esta posición teórica de fuerza es contrarrestada por la importancia que en este subsector tienen las marcas, lo que aumenta el coste de cambio de proveedor, al existir una clara tenden-

cia a identificarse los consumidores con una determinada marca.

Es precisamente en la política marquista donde se están realizando los principales movimientos del sector, tras los que terminará configurándose el futuro liderazgo en el mercado y por ello no es casual que sea este el subsector que más inversiones destina al capítulo de publicidad entre todos los subsectores de conservas y transformados vegetales.

* POSICION COMPETITIVA

Entre los puntos fuertes y débiles de los factores que determinan la posición competitiva del subsector de zumos y néctares de frutas y hortalizas, cabe destacar, entre los factores endógenos, la existencia de un grupo de empresas (grandes) con dimensión adecuada, poder de negociación frente a la distri-

bución, posesión de marcas importantes, capacidad financiera y posibilidades de innovar.

Por el contrario, el segmento de empresas pequeñas y medianas, presenta numerosos puntos débiles en el análisis de su posición competitiva.

Respecto de los factores exógenos, el crecimiento del consumo, la oferta de materia prima, la mejora de la capacidad exportadora y la existencia de ayudas comunitarias en algunas producciones, constituyen las oportunidades que el subsector debe aprovechar para mejorar su posición.

DIAGNOSTICO DE FUTURO

Las características particulares que presentan cada uno de los tres subsectores analizados no facilitan la realización de un cuadro de conclusiones





generales que permitan realizar el diagnóstico del conjunto del sector, y avanzar en qué dirección se producirán los movimientos a corto y medio plazo, pero no por ello vamos a renunciar a plantear algunas cuestiones que, siendo comunes a todos los subsectores, sirvan al menos como elementos de discusión en el debate que ya se está produciendo, y que sin duda irá a más en los próximos meses, en el seno de este sector y que en nuestra opinión debería abrirse a otras actividades como la agraria, por ser, precisamente, las relaciones agricultura-industria transformadora uno de los factores comunes que condicionan el desarrollo futuro del sector.

Todo parece apuntar hacia la construcción de un nuevo escenario para el sector conservas y transformados vegetales caracterizado por la existencia de un menor número de empresas, y en el que convivirán empresas medianas y grandes, que deberán medir su competitividad en una economía cada vez más internacionalizada, con pequeñas empresas muy especializadas para las que algunas formulas de protección de la calidad (Denominaciones de Origen o Específicas) pueden constituir un buen punto de apoyo.

La evolución de la política comunitaria respecto del sector, y las políticas nacionales y regionales, pueden favorecer o frenar su desarrollo en la medida

en que alteren en uno u otro sentido el entorno en el que opera el sector (incentivos, divisas, ayudas a la producción, techos de producción, acuerdos preferenciales, tipos de interés, normativa de elaboración y envasado, contratos, ayudas para la localización, impuestos, etc...). Desde esta perspectiva, la organización del sector para la defensa de sus intereses aparece como un factor importante aunque difícil de conseguir en la situación actual y de alta rivalidad comercial.

ESTRATEGIA AGROALIMENTARIA

La reflexión sobre la situación económica actual y la aproximación a cada uno de los sectores productivos animan a interrogarse acerca de si este país va a renunciar a tener un importante sector agroalimentario con peso en el contexto internacional, y en el que el subsector hortofrutícola (producción-transformación-distribución) ocupe un importante papel.

De no ser así, y desde el punto de vista de la producción hortofrutícola, se hace necesario definir de forma clara las condiciones necesarias para el desarrollo del sector, en un marco de relaciones que sirva tanto a los productores como a las empresas transformadoras

que consigan superar la situación actual de crisis que les afecta y adaptado al nuevo escenario en el que actuará el sector.

No hacerlo así, significa mantener el viejo nivel de relaciones-tensiones que tantas dependencias genera, y cuyos efectos negativos para la industria han sido ya señalados, subrayando que su mantenimiento sólo servirá para trasladar a los productores una parte del coste del ajuste que la industria debe realizar para mejorar su competitividad, en tanto que un nuevo marco de relaciones interprofesionales puede ser la única oportunidad que tienen los agricultores para tener la mínima capacidad de decisión en un sistema agroalimentario, en el que, por razones bien conocidas, han limitado su papel, salvo esforzadas excepciones, a la producción de materias primas, dejando que otros sectores se ocupen de la transformación y la distribución, a puro de repetirse cada día el conservador refrán de "zapatero a tus zapatos".

Pensar que estos dos sectores (agrario e industrial) pueden superar la situación de crisis que atraviesa (cada uno la suya) en mejores condiciones cada uno por su lado y tratando de repercutir sobre el otro parte del coste del ajuste que se está realizando, no deja de ser una visión corta del problema y que difícilmente entenderán quienes superen la situación actual en condiciones de actuar en el nuevo escenario diseñado.

No puede olvidarse, a este respecto, el importante papel que la industria conservera desempeñó en las principales regiones hortofrutícolas del país en el proceso de cambio de la agricultura tradicional a la actual en los años 60; como tampoco puede olvidarse que una de las viejas quejas de la industria conservera ha sido la falta de adaptación de las estructuras agrarias a sus necesidades cuando precisamente ese cambio estructural es el esfuerzo que, ahora, todos están pidiendo al sector agrario, y que tan caro (socialmente) está resultando. □

EMILIO BARCO

Experto en agricultura y desarrollo rural