

SECTOR AZUCARERO

LA APUESTA ESPAÑOLA EN EL MERCADO EUROPEO

■ JOSE CARLOS ANTON



El sector azucarero español, como la mayoría de los mercados nacionales englobados en el sector agro-alimentario, se encuentra, en la actualidad, embarcado en un progresivo esfuerzo modernizador, tendente a conseguir en los próximos años la eficacia y la productividad que exige el nuevo escenario de competitividad del mercado único europeo y el comercio internacional.

En el camino hacia alcanzar estos objetivos, el mercado del azúcar en

España tiene, sin embargo, algunos trechos de ventaja respecto a otras actividades agro-alimentarias, que vienen derivadas de las propias características de la producción de remolacha y su transformación industrial en azúcar, así como del marco de regulación de un mercado con tradicionales criterios interprofesionales y un régimen de cuotas nacionales de producción y apoyos comunitarios que ha permitido hasta ahora mantener al azúcar de la Comunidad Europea en unos niveles de precios y rentabilidad

real muy superiores a los del mercado internacional.

Esa tradición de mercado regulado, protegido e incluso autofinanciado por productores e industrias de transformación –sin la necesidad de recurrir a financiación procedente de los presupuestos agrícolas de la Comunidad Europea– constituye una buena base de partida para afrontar el futuro. Pero no es suficiente, más aún en el caso de España, donde los condicionantes climáticos y estructurales de la producción de remolacha –traducidos, entre



otros aspectos, en unos bajos rendimientos— y el proceso todavía en marcha de reestructuración industrial obligan a redoblar esfuerzos para no perder el tren del futuro azucarero dentro del ámbito comunitario.

Todo ello, además, cuando el sector remolachero—azucarero de la Comunidad mantiene abierto, desde hace tiempo, el debate para reformar la Organización Común de Mercado (OCM) que regula a este sector dentro de la CE y, en paralelo, se desarrollan las negociaciones multilaterales del GATT (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio), cuya conclusión terminará también afectando al posicionamiento del azúcar europeo en los mercados internacionales.

La estructura del sector viene determinada, en consecuencia, por una normativa comunitaria que desarrolla un sistema de cuotas de producción por países y limita la capacidad de crecimiento de las compañías que operan en dicho mercado. Al comienzo de cada campaña azucarera, cada Estado de la Comunidad Europea distribuye entre la totalidad de compañías fabricantes de azúcar unas cuotas de producción, que son denominadas A y B. El azúcar incluido en estas dos cuotas puede comercializarse libremente dentro de la propia Comunidad Europea o exportarse a terceros países con subvenciones de la CE.

El exceso de producción, por encima de las cuotas asignadas a cada país, pasa a formar una cuota denominada C, que conlleva la obligatoriedad de exportar a terceros países sin ningún tipo de ayuda.

UN SECTOR DE PESO

La Comunidad Europea ostenta, a nivel mundial, un liderazgo destacado tanto como primer productor —en torno a 14,5 millones de toneladas de azúcar por campaña, que suponen más del 13% del total mundial— como en el volumen de consumo, con más de 13 millones de toneladas anuales.

Dentro de la CE, Francia y Alemania absorben más del 50% de la pro-

ducción —por encima de 8 millones de toneladas—, mientras que la producción española se aproxima a 1 millón de toneladas.

En cuanto al consumo, por lo que respecta a España, durante los últimos años se mantiene una gran estabilidad, incluyendo una ligera y progresiva retracción de la demanda para consumo directo que se compensa con una tendencia al alza en el consumo industrial para la elaboración de productos alimentarios.

En lo relativo al consumo directo, los efectos de retracción de demanda que generó, a partir de los años 80, la aparición y auge de los productos edulcorantes sustitutivos del azúcar, como la sacarina o la isoglucosa, obligó al sector azucarero a reaccionar intentando desmontar una imagen falseada del azúcar como producto “poco recomendable”.

Fue en 1985 cuando la industria del azúcar llevó a cabo la primera campaña para mejorar la imagen y aumentar el consumo, que hizo famosos algunos eslóganes como “Que no te amarguen” o “Endulza tu vida”.

En todo caso, y a pesar de estos esfuerzos, el consumo directo de azúcar en nuestro país apenas se eleva a 10 kilos por persona y año, muy inferior a la media comunitaria. Por ejemplo, mientras que en Francia el consumo por persona de azúcar blanco, desde una perspectiva global, se situó en 1991 en 35,1 kilos, en España no se superaron los 24,3 kilos. Alemania, primer productor de azúcar comunitario, se situó en 34 kilos por persona y año, Reino Unido en 40 e Italia en 24,3.

Por lo que respecta a la estructura del mercado de azúcar en España, cabe destacar que el porcentaje acaparado por las industrias utilizadoras de azúcar



Mercavalencia ofrece a su empresa una mejor situación en el mercado.

*Para enlazar
directamente
por la Autovía V 30
con la A 7.*

*Muy cerca
del Puerto Autónomo
de Valencia.*

*Para conectar
fácilmente
con la Nacional IV
y el Aeropuerto.*

*Fácil enlace
con la N 332 y la A 7.
Con la N 340
y la Autovía V 30.*

Oriente mejor su negocio. Sitúe a su empresa en las nuevas naves industriales de Mercavalencia. En el centro neurálgico de la actividad económica de la Comunidad Valenciana. Donde se encuentran y concentran a diario 5.000 compradores que abastecen a 3 millones de consumidores.

Sitúe a su empresa con el más alto nivel tecnológico y de servicios. En el mejor lugar del mercado. Para mayor información, marque Mercavalencia Naves. Tel: 96-367 51 50.

mercavalencia

Domina la situación.

para la elaboración de sus productos se mantiene muy estable durante los últimos años, con un 65% del total, con una cantidad global superior a 720.000 toneladas, mientras que el consumo directo, con 380.000, representa en torno a un 30% del total, y, finalmente, el sector químico consume otras 15.000 toneladas.

La importancia de la industria transformadora del azúcar en productos más elaborados es evidente. Este tipo de compañías se agruparon a principios de 1992 en una asociación denominada Comité de Industrias Utilizadoras de Azúcar (CIUA), con el objetivo primordial de ejercer más fuerza sobre las empresas productoras, con el fin de reducir precios y consolidar un crecimiento de sus respectivos mercados que está comenzando a mostrar síntomas claros de estancamiento.

Sin embargo, la polémica sobre la mayor o menor carestía de los precios de las cuotas de azúcar destinado a este tipo de industria no ha hecho más que empezar. Las sucesivas devaluaciones de la peseta y la desaparición el 1 de Enero de 1993 de los mecanismos de compensación de pre-

cios aplicados desde el ingreso de España en la CE, han reavivado esta fuerte disputa al encarecer aún más los precios del azúcar.

En cuanto a la distribución del azúcar destinado a uso industrial, el sector mayoritario es pastelería y galletas, con un 24%, seguido por chocolates y confitería con un 21%; mientras que el mercado de bebidas analcohólicas absorbe otro 17,5%, un porcentaje similar al que representan los sectores de zumos y conservas vegetales. Otros mercados, como productos lácteos y helados acapararon el 12% del azúcar con destino a uso industrial, mientras que el sector de bebidas alcohólicas tan sólo utilizó el 4,5% del total. El resto fue absorbido por la industria química y sectores minoritarios.

FUERTE CONCENTRACION

La nota más destacada del mercado del azúcar en nuestro país, desde el punto de vista de sus empresas es, sin duda, el enorme grado de concentración que existe. Tan sólo 6 compañías controlan el 99% del mercado. Durante las últimas campañas, el proceso de

CUADRO Nº 1

CONSUMO INDUSTRIAL DE AZÚCAR EN ESPAÑA

SECTOR	% S/ TOTAL
PASTELERIA Y GALLETAS	24
CHOCOLATES Y CONFITERIA	21
BEBIDAS ANALCOHOLICAS	17,5
ZUMOS Y CONS. VEGETALES	17,5
LACTEOS Y HELADOS	12
BEBIDAS ALCOHOLICAS	4,5
INDUSTRIA QUIMICA Y OTROS	3,5

reestructuración del sector, encaminado a lograr la consecución de una mayor modernización y una progresiva disminución de los costes, está provocando, además, una progresiva reducción del número de instalaciones y fábricas. De tal forma, se ha pasado de 24 complejos industriales funcionando en 1991 a 21 que continúan produciendo en 1993.

Dicho proceso de modernización del sector es paralelo al que impone su ley en los demás países de la Comunidad Europea, donde aproximadamente 80 empresas controlan el mercado azucarero.

Las instalaciones productivas de las seis empresas españolas más importantes están situadas en las zonas cercanas a los campos de cultivo de la remolacha. En el área norte/centro del país, sobre todo en las cuencas fluviales y a lo largo de los ríos, se localizan los principales centros productores de azúcar. En torno a estos lugares se concentra el 65% del total de la remolacha. La zona sur recoge el 35% restante de la materia prima.

En España, el 80% de la superficie de remolacha que se cultiva es de regadío, en especial la de siembra primaveral y el 50% de la siembra de otoño. Este dato contrasta con la realidad del resto de Europa, donde la práctica totalidad de la producción de remolacha es cultivo de secano, valorando, a este respecto, las enormes diferencias de pluviosidad entre las zonas productoras españolas y las de otros países comunitarios.



La producción media de una fábrica de azúcar en nuestro país, con datos de la campaña 1991/92, se sitúa en torno a 41.000 toneladas. Estos datos quedan muy lejos de los alcanzados en otros países de nuestro entorno comunitario, con mayores cuotas de producción e índices más elevados de consumo y exportación.

La empresa líder en el sector azucarero español es Ebro Agrícolas, compañía nacida como consecuencia de la fusión de Ebro y Compañía de Industrias Agrícolas en 1991.

Este fue el punto de partida para la anunciada reconversión del sector. Este hecho supuso el cierre de 5 fábricas y la regularización de las producciones y ventas de activos, así como el intercambio y cesión de cuotas de producción. Esta reordenación no significó una sangría de despidos, sino que las necesidades del nuevo mercado contribuyeron a la recolocación de los trabajadores afectados por el cierre de instalaciones. De este modo, se podía mantener la misma o una superior producción, con un número menor de instalaciones y un ahorro considerable de costes. La reestructuración, además, estuvo motivada por la obligación de lograr adecuar la producción de cada empresa a las cuotas asignadas por la Comunidad Europea: 1 millón de toneladas al año.

Las previsiones de inversión necesaria estimadas hasta 1995, para adecuar el sector azucarero español a la media comunitaria, rondan los 40.000 millones de pesetas. De hecho, las inversiones que las distintas empresas están efectuando anualmente son de 6.000 millones de pesetas. Incluso, en la campaña 1992/93 esta cifra se elevó de modo significativo.

El cierre de instalaciones y la ampliación de las ya existentes; la mejora de la estructuras productivas y la formación de los cultivadores de remolacha; la mecanización de las plantas productivas; el estudio de ahorros energéticos y la depuración en los vertidos, etc... han sido las líneas maestras del Plan de Reestructuración del Sector Remolachero-Azucarero actualmente en marcha.



Ebro Agrícolas es el grupo azucarero más importante del país y sexto en el ámbito europeo, con una facturación anual próxima a 150.000 millones de pesetas. Su producción de azúcar en la campaña 1991/92 alcanzó 435.000 toneladas, con lo que controla el 52% del mercado.

A continuación se encuentra Sociedad General Azucarera, con el 21,5% del mercado. En tercer lugar del ranking nacional aparece Sociedad Cooperativa Azucarera Onésimo Redondo, ACOR, que acapara un total del 15,5% de la producción de azúcar. Azucareras Reunidas de Jaen domina un 7,5% del mercado y Azucarera de Ciudad Real, filial de Ebro Agrícolas, apenas controla un 3,5% del sector. En conjunto, estos cinco grandes dominadores del azúcar en nuestro país producen un 8% del total del azúcar de la Comunidad Europea.

DISTRIBUCION Y PRECIOS

En cuanto a los canales de distribución del azúcar para consumo doméstico en nuestro país, los paneles de Nielsen sitúan en un primer y destacado lugar a los supermercados, con un 32,43% de las ventas totales. Los grandes hipermercados se sitúan en un por-

centaje muy próximo, al alcanzar un 31%. Los establecimientos tradicionales, por su parte, mantienen un aceptable 14,7% de las ventas, mientras que los autoservicios y los grandes supermercados alcanzaron respectivamente un 11,2% y un 10,8%.

CUADRO Nº 2 PRODUCCION DE AZUCAR BLANCO EN LA CE

PAIS	MILES DE TM.
BELGICA	891,7
DINAMARCA	467,7
FRANCIA	4.312,4
ALEMANIA	3.908,8
GRECIA	273,0
IRLANDA	213,8
ITALIA	1.508,5
HOLANDA	1.046,3
PORTUGAL	1,2
ESPAÑA	863,5
GRAN BRETAÑA	1.215,6
TOTAL	14.702,5

Datos campaña 1991/92.
Fuente: Comisión de la CE.

los hipermercados y autoservicios venden el 70% del total del azúcar, manteniendo a su vez los precios más bajos. Este tipo de canales utiliza de modo habitual el azúcar como reclamo de bajo precio.

IMPORTACIONES MANDAN

La regla de oro en el mercado comunitario es que todo el azúcar producido que exceda la cuota designada por la Comisión Europea para un país, debe ser exportado sin derecho a restitución.

Por el contrario, el azúcar producido dentro de los límites establecidos para las cuotas A y B recibe una restitución del precio, que le compensa la diferencia entre el precio mundial y el precio de intervención comunitario. Hay que tener en cuenta que las importaciones de azúcar están sometidas a gravamen, lo que incrementa el precio mundial hasta los niveles comunitarios.

Según se desprende de un informe elaborado por Ernst & Young para el Ministerio de Agricultura, el volumen de las exportaciones ha mostrado una tendencia decreciente en las últimas 5 campañas, mientras que las importaciones han cuadruplicado su número.

Según la Asociación General de Fabricantes de Azúcar de España, las importaciones en la campaña 1992/93 han alcanzado las 190.000 toneladas, incluyendo Canarias, mientras que las exportaciones no han superado las 60.000 toneladas. El grueso de las mismas se dirige principalmente a los países del norte de África, sobre todo a Argelia y a Portugal.

Por lo que se refiere a las importaciones, las más importantes remesas proceden de Francia. En 1991 se compraron en el país vecino 186.000 toneladas de azúcar, mientras que de Alemania y Bélgica llegaron 6.500 toneladas, respectivamente. Las importaciones de estados no comunitarios apenas alcanzan el 6% del total, mientras que las exportaciones españolas se encaminan fundamentalmente a Argelia (94%).

□

JOSE CARLOS ANTON. Periodista.



Por lo que se refiere a la evolución de los precios industriales del azúcar, según el Instituto Nacional de Estadística, pueden apreciarse fuertes aumentos anuales desde 1977 hasta la fecha de incorporación de España a la Comunidad Europea, momento a partir del cual los precios inician un camino moderado de contención y menor crecimiento. En 1989 el crecimiento fue nulo. En 1990 tan sólo aumentaron un 1% y en 1991, un 3%.

Sin embargo, en 1993, tanto el precio industrial del azúcar como el precio al consumidor final han experimentado un notable aumento, como consecuencia de la desaparición de los montantes compensatorios para el precio del azúcar nacional, tras el adelanto, al 1 de enero de 1993, de la conclusión del periodo transitorio de integración de la agricultura española en la CE, a lo que hay que añadir los efectos de las sucesivas devaluaciones que ha conocido la peseta en el seno del Sistema Monetario Europeo a lo largo de este mismo año.

Dichas pérdidas de valor de la divi-

sa española han encarecido enormemente las importaciones realizadas en materia de azúcar, procedentes en mayor parte de Francia, que sólo durante la campaña 1992/93 alcanzaron casi 190.000 toneladas.

En cuanto a la evolución de los precios al consumo del azúcar, la nota más destacada es el aumento de un 2% del precio en 1992 respecto del mismo período del año anterior. Desde 1987 no se han registrado incrementos superiores al Índice de Precios al Consumo (IPC). La diferencia de precios entre zonas geográficas es tan sólo de 6 pesetas/kilo, exceptuando Canarias, donde el precio es un 53% inferior, ya que hasta ese momento gozaba de un régimen especial, abasteciéndose de países comunitarios, cobrando el importador la restitución a la exportación.

La única diferencia digna de tener en cuenta en los precios que abona el consumidor final viene determinada por el lugar de compra. Como hemos señalado anteriormente, al tratarse de un producto estándar no diferenciado,