



Una mirada sociopolítica a la cadena alimentaria

↔ Eduardo Moyano Estrada
IESA-CSIC

Resumen: En este artículo, su autor analiza la dimensión sociopolítica de la cadena alimentaria, complementando así los análisis económicos y jurídicos. Considera necesario indagar en esa dimensión por cuanto que en la cadena alimentaria entran en juego relaciones desiguales de poder entre sus distintos agentes económicos. Reconoce la importancia de la acción política y administrativa para equilibrar el conjunto de la cadena, pero señala sus limitaciones en un contexto de economía de mercado y libre competencia. Por eso, enfatiza el papel que puede desempeñar el asociacionismo en sus distintas formas para facilitar las dinámicas de concertación dentro de la cadena alimentaria, de modo que todas las partes puedan obtener beneficios de ella en una dinámica de “suma positiva” (win-win).

Palabras claves: Agricultura, Alimentación, Industria alimentaria, Interprofesiones, Contratos agrarios.

Cuando los agricultores y sus organizaciones profesionales se movilizaron hace ahora un año, su principal reivindicación se centraba en unos “precios justos”, exigiendo para ello que los poderes públicos intervinieran en los mercados para facilitar esa demanda. Desde entonces la atención de los medios de comunicación, así como de los medios políticos y profesionales, además de los académicos, se ha venido centrando en el funcionamiento de la cadena alimentaria, dado el significativo papel que ha desempeñado durante la pandemia COVID-19 en el abastecimiento de alimentos a la población.

No obstante, existe un consenso bastante generalizado en que hay todavía un amplio margen de mejora en la cadena alimentaria y de que la articulación entre los distintos agentes que la componen puede ser más eficiente de lo que es ahora. Ese es el objetivo que se ha marcado el gobierno Sánchez al aprobar el pasado 3 de noviembre en Consejo de Ministros un proyecto de ley para reformar la actual Ley 12/2013, proyecto que, si no hay cambios en el panorama político, seguirá su curso parlamentario a lo largo del primer semestre de 2021.

Diversos especialistas en las áreas de economía agraria y derecho administrativo han analizado distintos aspectos de la cadena alimentaria, estudiando la contribución que la futura ley podría hacer a la mejora de su funcionamiento. Algunas de sus conclusiones se incluyen en este número de la revista “Distribución y Consumo”, y a ellas remito al lector.

Sin embargo, se echa en falta un análisis sociopolítico de este asunto, algo que sería muy útil, ya que la cadena alimentaria tiene una dimensión política al estar formada por grupos de interés que compiten entre sí en situaciones de

desigualdad, tanto en lo que respecta a su base económica, como a su capacidad de influencia y poder de negociación. Referirse a la cadena alimentaria es hablar, en definitiva, de asuntos de poder, entendidos como la capacidad de unos grupos para imponer sobre otros la lógica de sus intereses en el ámbito de la producción, transformación, distribución y consumo de alimentos.

Pero no sólo es hablar de confrontación entre grupos de intereses, sino también de concertación, que es otra forma en que se manifiesta la política, una concertación entendida como una dinámica de “suma positiva” (*win-win*) en la que todos puedan salir ganando. A ello puede contribuir, sin duda, la intervención de los poderes públicos mediante legislaciones y actos administrativos con propósitos reguladores, pero la realidad nos dice que, en una economía de mercado, tal intervención siempre tendrá efectos limitados. Por ello, suele destacarse la importancia que puede tener la acción organizada de los distintos agentes de la cadena alimentaria, con lo cual entramos en el terreno de la acción colectiva y el asociacionismo en sus diversas formas, temas éstos más relacionados con las ciencias sociales y políticas, que con las económicas o jurídicas.

El propósito de este artículo es, por tanto, indagar en la dimensión sociopolítica de la cadena alimentaria, analizando la lógica de los distintos grupos de intereses que la forman y sus estrategias de vertebración, así como el escenario en que se desenvuelven las relaciones entre unos y otros (sean de confrontación, sean de concertación).

En primer lugar, se hará una breve aproximación al concepto de “cadena alimentaria”, con objeto de acotar su significado



La cadena alimentaria tiene una dimensión política al estar formada por grupos de interés que compiten entre sí en situaciones de desigualdad, tanto en lo que respecta a su base económica, como a su capacidad de influencia y poder de negociación. Referirse a la cadena alimentaria es hablar, en definitiva, de asuntos de poder, entendidos como la capacidad de unos grupos para imponer sobre otros la lógica de sus intereses en el ámbito de la producción, transformación, distribución y consumo de alimentos

dada la gran diversidad de situaciones que existen en la práctica. En segundo lugar, se analizarán, desde una perspectiva social y política, algunos de los agentes que la componen, prestando una especial atención al sector productor y planteando la cuestión de dónde posicionar a los consumidores, si dentro o fuera de la cadena. En tercer lugar, trataremos el asunto de la agricultura contractual en tanto que elemento fundamental para la articulación interna de la cadena alimentaria. En cuarto lugar, se tratará el principio de la responsabilidad social corporativa y su importancia para lograr un mejor equilibrio dentro de ella. En quinto lugar, se abordará el tema de la Interprofesión como la expresión asociativa más acabada del proceso de concertación de intereses en el sector agroalimentario, señalando la importancia de la confianza en su buen funcionamiento y en la vertebración de la cadena alimentaria.

En la práctica, no hay una sola cadena alimentaria, sino varias, tantas como tipos de producción existen. Y cada una con sus peculiaridades: no es lo mismo una cadena que canalice la venta de productos en fresco, como las frutas y las hortalizas, que la que articule la producción, transformación y distribución del vino, el aceite de oliva o los productos lácteos

SOBRE EL CONCEPTO DE “CADENA ALIMENTARIA” Y SU VARIABILIDAD

El concepto “cadena alimentaria” es una construcción teórica. Se utiliza para definir del mejor modo posible la amplia y variada gama de relaciones de interdependencia realmente existentes entre los diversos agentes (eslabones) que forman parte del proceso de producción, transformación, venta, distribución y consumo de alimentos.

Utilizamos el término “cadena” para significar que, más allá de la gran diversidad de relaciones que se establecen entre dichos agentes, su rasgo más definitorio es la dependencia de unos con otros, estando de algún modo “encadenados”. Así, los agricultores dependen de que otros agentes les compren su producción, sea el comercio (minorista o mayorista) si son productos en fresco, sea la industria si se destinan a su transformación; a su vez, las industrias necesitan de los productores, que son los que les proporcionan los bienes primarios para su transformación; y ambos dependen de los canales del comercio y la distribución para su venta a los consumidores. No son agentes fijos, sino variables según cada coyuntura: el agricultor puede cambiar el destino de sus ventas, al igual que las industrias o el comercio pueden cambiar

de proveedores según cómo evolucione el mercado, si bien la capacidad de unos y otros para cambiar de posición y definir sus estrategias depende de su poder e influencia en el conjunto de la cadena.

Por eso, en la práctica, no hay una sola cadena alimentaria, sino varias, tantas como tipos de producción existen. Y cada una con sus peculiaridades: no es lo mismo una cadena que canalice la venta de productos en fresco, como las frutas y las hortalizas, que la que articule la producción, transformación y distribución del vino, el aceite de oliva o los productos lácteos. También varía el tipo de cadena alimentaria según su extensión, ya que algunos de esos eslabones pueden reducirse en función de la estrategia desarrollada por alguno de sus agentes: por ejemplo, hay cadenas “largas” que unen a productores, industrias, comercio/distribución y consumidores; cadenas “cortas”, que unen directamente a productores y consumidores sin pasar por el sector del comercio y la distribución, y hay entre esas dos una amplia variedad de cadenas “intermedias”. Además, la cadena alimentaria puede variar según cual sea el alcance geográfico del mercado: local, regional, nacional e internacional.

Toda esa variedad de tipos de cadena alimentaria se ha visto acentuada en la última década con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación y de las nuevas modalidades de transporte y distribución asociadas a aquéllas, dando lugar a una dinámica muy diversa de relaciones entre sus distintos eslabones. Ello ha hecho cada vez más complejo el funcionamiento de la cadena alimentaria, especialmente en el marco de una economía de mercado en la que cada agente es libre de definir la estrategia que más conviene a sus intereses.

Es por esto que, dada su variabilidad, resulta muy difícil analizar y comprender como un todo el funcionamiento del conjunto de la cadena alimentaria (¿qué cadena?). Y es también por ello muy complicado intervenir en ella con normativas generales de carácter administrativo cuyos efectos son difíciles de prever por muy bien intencionados que sean, dada la casuística asociada a cada tipo de cadena alimentaria en temas tales como costes de producción, precios, plazos de entrega, periodos de pago, costes de transporte y almacenamiento, entrada de productos foráneos... Ello exige andar siempre con cautela a la hora de establecer conclusiones sobre la cadena alimentaria desde el punto de vista académico, o de proponer soluciones desde el ámbito de la acción política. El dinamismo real de la cadena alimentaria es tan intenso, que cualquier conclusión y propuesta tiene que ser sometida a la prueba de los hechos para corregirla en el caso de que los resultados prácticos no sean los que se habían esperado.

A lo largo de este artículo se analizará el tema de la cadena alimentaria desde un nivel de abstracción lo suficientemente alto como para no quedar enmarañados en la casuística de cada tipo de cadena. Sólo para ilustrar el análisis y con el objetivo de darle una expresión real a lo que se esté analizando, se hará referencia a ejemplos de cadenas concretas, descendiendo al terreno empírico para lograr una mejor comprensión de su funcionamiento.

LOS AGRICULTORES Y LAS COOPERATIVAS EN SU LABERINTO

En principio, cabe señalar que los agentes de una determinada cadena alimentaria viven en su propio laberinto, y tienen relativa autonomía para definir la estrategia que estimen más conveniente para la gestión de su negocio. Sólo en momentos puntuales, pero muy importantes para su rentabilidad, salen de su laberinto y entran en relación con los demás agentes.

El laberinto de los agricultores consiste, por ejemplo, en ocuparse de gestionar sus explotaciones según sus características, tanto sociales y organizativas (base familiar, empresarial, mixta, con trabajo asalariado, con labores externalizadas a empresas de servicios...), como económicas (orientación productiva, secano/regadío, cultivos leñosos permanentes o herbáceos de campaña...). Esas características determinan ya un cierto modelo de gestión y definen un cierto tipo de estrategia dentro de la cadena alimentaria, estrategia que se concreta cuando el productor entra en relación con otros agentes (industria, comercio, distribución, consumo...).

No obstante, los agricultores pueden relacionarse con los demás agentes de la cadena alimentaria de forma directa e individual, o bien de forma indirecta y colectiva. En el primer caso, el agricultor, dada su característica dispersión y atomización,

está en una evidente situación de asimetría y desigualdad, sobre todo si el volumen de su producción es modesto y si su producto no tiene rasgos diferenciados respecto a otros de la misma clase (en cuanto a calidad, sabor, identidad territorial...).

Es cierto que, hoy, los circuitos cortos, sean físicos o virtuales, permiten a determinados agricultores (no a todos y no a todas las producciones) superar esta asimetría y relacionarse directamente con los consumidores saltándose los eslabones del comercio y la distribución. Pero a nivel general, y dado el escaso volumen de negocio que se canaliza por esta vía alternativa a los circuitos convencionales, cabe reafirmar la debilidad estructural de los productores individuales en el conjunto de la cadena alimentaria. De ahí la importancia de la vía asociativa para contrarrestar esa debilidad.

Una de las vías asociativas que se le ofrece al agricultor es, sin duda, el cooperativismo, aunque no sólo, ya que hay otras fórmulas no cooperativas que permiten concentrar la oferta de los productores. Respecto al cooperativismo, es evidente que ha sido el canal tradicional de concentración de la oferta de productos agrarios, con una extensa presencia de las cooperativas en los territorios rurales, variando su importancia según sectores productivos. Sin embargo, esa función se ve disminuida en muchos sectores debido a su atomización, que ha dado lugar a cooperativas de dimensiones relativamente pequeñas.

Con la mejor agua
se obtienen los
plátanos
más exquisitos



Los plátanos de La Palma

EL SABOR DE CANARIAS



En el caso español, los agricultores se asocian a cooperativas, pero éstas son de tan escaso tamaño, que su capacidad para ejercer influencia real en los mercados y en el conjunto de la cadena alimentaria es muy reducida. Ello genera problemas de remuneración a los socios en la forma de bajos retornos, provocando la desafección interna de aquéllos respecto a la eficacia del modelo cooperativo, e incitándolos a buscar salidas alternativas

Cabe señalar que, en el caso español, los agricultores se asocian a cooperativas, pero éstas son de tan escaso tamaño, que su capacidad para ejercer influencia real en los mercados y en el conjunto de la cadena alimentaria es muy reducida. Ello genera problemas de remuneración a los socios en la forma de bajos retornos, provocando la desafección interna de aquéllos respecto a la eficacia del modelo cooperativo, e incitándolos a buscar salidas alternativas.

Una de esas salidas es de ruptura o transgresión, y consiste o bien en abandonar la cooperativa o bien en violar el principio de exclusividad entregando la producción a otras empresas no cooperativas de la zona. Otra salida es negociada y tolerada por la dirección de la cooperativa, y supone reconocer el derecho (tácito) de cada socio sobre “su” producción para decidir cuándo, cuánto y a quién venderla utilizando las nuevas tecnologías de la comunicación y transporte; ello significa sustituir la función tradicional del cooperativismo de concentrar la oferta por otra de mera prestación de servicios

(transformación, almacenamiento, envasado...) por los que el socio abona la cantidad que le corresponda. Obviamente, en la realidad empírica hay situaciones intermedias, pero lo que resulta evidente son los profundos cambios que está experimentando el cooperativismo y que afecta, sin duda, al papel del sector productor en el conjunto de la cadena alimentaria.

Tales cambios no siempre van en la dirección de desnaturalizar la función del cooperativismo, como en los ejemplos antes señalados, ya que pueden ir, y de hecho se observa que van en algunos sectores, hacia el desarrollo de modelos cooperativos más eficientes, de mayor tamaño y con más capacidad de influir en la conformación de los precios dentro de la cadena. En unos casos, los más llamativos, conducen a la formación de cooperativas de segundo grado, pero en otros se limitan al establecimiento de acuerdos de colaboración entre pequeñas cooperativas de primer grado en materia de comercialización o de adquisición de insumos.

En todo ese proceso, los poderes públicos pretenden, mediante la reforma de la legislación cooperativa, facilitar los cambios, y no dificultarlos. Sin embargo, esas reformas legislativas suelen ir acompañadas de acalorados debates en el interior del cooperativismo sobre la dirección a tomar por un movimiento social y económico de más de un siglo de historia, pero que no tiene más remedio que adaptarse al actual proceso de cambio para ser más eficientes generando mayores beneficios para sus socios. Esos debates se explican por el hecho de que no todos los modelos cooperativos son igual de eficientes en todos los sectores de producción, por lo que hay que buscar el que mejor se adapte a la singularidad de cada sector, cosa que no es fácil de determinar ni tampoco fácil de regular con legislaciones de carácter general.

En todo caso, en este asunto del modelo cooperativo es muy relevante la labor de promoción e información que desempeñan las organizaciones profesionales entre los agricultores y aún más relevante el papel a desempeñar por la propia confederación de cooperativas como ente que vertebra los intereses del cooperativismo agrario y orienta sus estrategias de comercialización.

LOS CONSUMIDORES ¿DENTRO O FUERA DE LA CADENA ALIMENTARIA?

El tema de los consumidores y su relación con la cadena alimentaria es objeto de un interesante debate. Hay quienes consideran que los consumidores forman parte de la cadena al igual que sus demás componentes, mientras que hay quienes opinan que no son parte de ella, aunque reconocen que ejercen una importante influencia en todos los demás actores (producción, gran distribución, comercio, industrias...)

No es el objetivo de este artículo entrar en ese debate, más tampoco es cosa de ignorarlo. Desde mi punto de vista, si uno de los rasgos típicos de la cadena alimentaria es la interdependencia entre sus componentes, es obvio que ese rasgo se da en la relación de los consumidores con los demás actores. El

destino final de los alimentos es ser consumidos por la población, existiendo entre la producción y el consumo un complejo proceso de relaciones intermedias. Al igual que señalamos la gran variedad de tipos de cadenas alimentarias, cabe decir lo mismo en lo que se refiere al modo de relacionarse los consumidores con el resto de actores económicos.

Hay sin duda relaciones de interdependencia entre los consumidores y los demás actores de la cadena, pero esas relaciones tienen características singulares. Una de ellas es que la interdependencia de los consumidores con los demás actores de la cadena alimentaria no está sometida a reglas formales, como sí ocurre, por el contrario, en la relación entre los agricultores y la industria o la distribución a la hora de fijar cantidades, calidades y plazos de entrega de los productos. Los consumidores deciden sus compras en función del precio y la calidad del producto, pero tienen libertad para decidir dónde y cómo comprarlo sin estar sometidos a condiciones previas. Su dependencia no es con un actor concreto de la cadena, sino con todos y con ninguno a la vez.

Por eso, me inclino más por la posición de quienes piensan que, en general, los consumidores no deben ser considerados un elemento integral de la cadena alimentaria, pero sí admitir que ejercen una fuerte influencia sobre ella. No obstante, en la práctica hay casos de cadenas “cortas” en las que, al producirse una relación directa entre agricultores y consumidores, estos últimos deben considerarse parte intrínseca de la cadena, en la medida en que la estrategia del productor está marcada por la demanda específica del consumidor, ocurriendo algo similar en el caso de las cadenas de alimentos de producción ecológica que se dirigen a un nicho muy específico de consumidores.

En definitiva, cabe afirmar que la influencia de los consumidores en la cadena alimentaria es cada vez más evidente, sobre todo cuando el consumidor pasa de ser un sujeto “pasivo” (consumista) cuyo comportamiento se rige sólo por el precio y la calidad del producto que adquiere, a otro “activo” (consumerista) que vela por otros aspectos (salud, condiciones sociales de producción, efectos sobre el medio ambiente...), condicionando las estrategias de los productores. De ahí a reconocer que son parte intrínseca de la cadena alimentaria hay todavía un trecho por recorrer.

LA AGRICULTURA CONTRACTUAL COMO ELEMENTO VERTEBRADOR DE LA CADENA ALIMENTARIA

Una de las grandes leyes que se aprobaron en España durante la transición democrática fue la de contratos agrarios (Ley 19/1982 de 26 de mayo). En ella se impulsaba la agricultura contractual para ayudar a una mayor integración con la industria, buscando un equilibrio entre los intereses de los productores (el sector más débil de la cadena) y los de las industrias. En esa ley se definía la figura del “contrato-tipo” donde recoger las condiciones a cumplir por ambas partes en materia de plazos de entrega, periodos de pago a proveedores, calendarios, calidades, tipificación..., pero sin incluir el tema de los

precios, que obviamente se dejaba que fuera el mercado el que los determinara.

Esa Ley fue un primer intento de articular la cadena alimentaria en España una vez disueltos los organismos corporativos del franquismo y abiertos los mercados agrícolas y ganaderos a la libre competencia, preparando así el terreno a la inminente entrada de nuestro país en la entonces Comunidad Económica Europea. Al ser contratos voluntarios, el impacto de la citada Ley fue bastante desigual, variando de unos sectores a otros: funcionó allí donde ya había una cultura previa de integración agricultura/industria, pero tuvo dificultades en aquellos otros sectores de la producción donde las relaciones con el sector industrial o con la distribución estaban poco desarrolladas o se cimentaban sobre criterios informales basados en la costumbre del lugar.

Quizá en su escaso éxito influyera que no funcionaron como se esperaban los incentivos que ofrecía la propia Ley, o que no se hizo una eficaz campaña de promoción para que tanto agricultores como industrias se interesaran por un modelo que, sin embargo, estaba muy bien implantado en otros países de nuestro entorno europeo.

No obstante, el interés por la agricultura contractual se ha mantenido en estos cuarenta años, formando parte significativa de las reivindicaciones del sindicalismo agrario e incluso de los programas de los partidos políticos. De hecho, la Ley 2/2000 reforma la legislación anterior con la intención de mejorar la figura de los contratos-tipo tras casi veinte años de experiencia. Incluso en algunas Comunidades Autónomas se han aprobado leyes específicas sobre este mismo tema, como en la Comunidad Valenciana, donde se promulgó la Ley 3/2013, de 26 de julio, de los Contratos y otras Relaciones Jurídicas Agrarias, que, además de regular la agricultura contractual, incluye también el tema de los arrendamientos rústicos.

La legislación sobre contratos agrarios es el caso típico de una política pública cuyo éxito depende de que el sector o sectores al que va dirigida (en este caso, algunos agentes de la cadena alimentaria) la vean como buena para sus respectivos intereses y decidan colaborar con los poderes públicos e implicarse en su implementación. Obviamente, para que sea eficaz, esa función de colaboración tiene que hacerse a través de actores intermedios (organizaciones profesionales, cooperativas, asociaciones sectoriales, industrias, distribución...) que, en un marco de concertación, recoja las demandas sobre contratos agrarios de los grupos a los que representan, y las traslade a los poderes públicos, desempeñando así una importante labor de dinamización social en el proceso de aplicación de dicha política en el terreno.

Ahora, el nuevo proyecto de ley sobre la cadena alimentaria incluye el tema de los contratos agrarios, y los convierte en obligatorios, estableciendo que el precio fijado no pueda estar por debajo de los costes de producción. Alguna duda jurídica suscita el hecho de la obligatoriedad, y también dudas de eficacia práctica el hecho de tomar como referencia los

costes de producción, dada la enorme diversidad de situaciones que se dan dentro de un mismo producto.

No es objetivo de este artículo analizar estas cuestiones de naturaleza jurídica y económica, que son tratados por otros autores en este mismo número de la revista, pero sí resaltar el hecho de que, como he señalado antes, la eficacia de una intervención pública sobre un área marcada por la libre relación entre actores sociales y económicos depende de que sea aceptada por todas las partes implicadas y no sólo por una de ellas. De ahí que, en el caso de la futura ley de la cadena alimentaria, sea necesario alcanzar un elevado consenso sobre ella y ofrecer incentivos lo suficientemente atractivos como para que tanto los productores, como la industria, el comercio y la distribución la asuman como un instrumento interesante para mejorar las relaciones entre ellos y para que todos puedan salir ganando a la hora de aplicarla.

RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS AGENTES DE LA CADENA ALIMENTARIA

Desde hace un par de décadas, se viene hablando mucho de la responsabilidad social corporativa para referirse al compromiso que deben tener las empresas con la sociedad en general y con su entorno social más cercano.

Más allá de cumplir con las obligaciones que les exija la legislación vigente en materia fiscal y laboral o en todo lo relativo a la eliminación de residuos y demás cuestiones relativas al medio ambiente, la “responsabilidad social corporativa” implica un deber de naturaleza moral con respecto a la sociedad. No es algo jurídicamente obligatorio, sino un compromiso con el conjunto de valores que rigen en la sociedad donde las empresas desarrollan sus actividades económicas. El no cumplir con esa responsabilidad no supone sanción penal o administrativa alguna, pero sí una sanción moral que, al tener efectos en su reputación social, muchas empresas están interesadas en satisfacer.

En el tema que nos ocupa, la responsabilidad social de los agricultores consiste en producir bienes sanos y de calidad, utilizando prácticas y técnicas que no provoquen efectos negativos sobre el medio ambiente y el entorno natural. Su res-

ponsabilidad social se concreta no sólo en cumplir correctamente las normativas legales correspondientes, sino también en ser más eficientes en el ejercicio de su actividad profesional mostrándose receptivos ante programas de innovación en temas como la lucha contra la pérdida de biodiversidad y los efectos del cambio climático (por ejemplo, ante los “ecoescemas” de la nueva PAC). Asimismo, se concreta en adoptar actitudes favorables a la participación en proyectos asociativos de diversa índole o a implicarse en fórmulas de cooperación con los demás agentes de la cadena alimentaria (por ejemplo, en materia de contratos agrarios).

En cuestiones laborales, además de cumplir con la normativa relacionada con la contratación del personal asalariado y con los convenios que fijan la cuantía de los salarios, la responsabilidad social de los agricultores consiste en crear un entorno favorable para que el trabajo se realice en condiciones adecuadas sin riesgos para la salud.

Es verdad que el tema de las condiciones de habitabilidad de los temporeros suscita un fuerte debate sobre hasta qué punto eso es responsabilidad de los empresarios agrícolas si no está previamente incluido en las cláusulas de los contratos en origen, pero lo que no cabe duda es que, más allá de las cuestiones de legalidad, hay una responsabilidad social del conjunto del sector agrario para asegurar un alojamiento digno a los trabajadores que se contratan. Esto es importante porque en ello los productores se juegan su reputación social, y ya sabemos la influencia que puede tener en el comportamiento de unos consumidores cada vez más concienciados sobre estos asuntos.

Respecto a las industrias y la gran distribución, su primera responsabilidad social es con el conjunto de la sociedad en temas como la eliminación de residuos, los vertidos, el uso de plásticos o el desperdicio de alimentos, además de sus responsabilidades en temas de igualdad de género y condiciones laborales de sus trabajadores. En lo que se refiere a la cadena alimentaria, la responsabilidad social de la industria, el comercio y la distribución radica en promover dinámicas de concertación con los demás agentes, especialmente con los agricultores en tanto que éstos son sus principales proveedores de alimentos.

En este sentido, tanto las industrias como la distribución deben ser receptivas al desarrollo de los contratos de compra-venta aceptando cláusulas que no sólo velen por sus propios intereses, sino que procuren el interés general de la cadena contribuyendo a equilibrar la posición de los sectores más débiles (los productores) a fin de asegurar un buen funcionamiento de la misma. El reciente acuerdo de la empresa Lidl (supermercados), la envasadora Migasa y el sindicato UPA por el que se comprometen a establecer en 2,6 euros por kilo el precio mínimo de compra del aceite de oliva procedente de olivares tradicionales, refleja la importancia que puede tener la responsabilidad social corporativa en todo ello.

Llegados a este punto cabe mencionar el tema de la “venta a pérdidas”, una estrategia comercial utilizada por la gran distribución y que produce un fuerte resquemor entre los



agricultores, sobre todo entre sus organizaciones profesionales. Legalmente, y a la vista de la normativa europea sobre este asunto, la venta a pérdidas por parte de una empresa es considerada una estrategia punitiva en la medida en que genera competencia desleal sobre otras empresas del mismo sector, pero no lo es respecto a los productores.

Que una empresa decida vender a pérdidas un determinado alimento no es algo que afecta a su relación con el productor que le ha abastecido, ya que puede haberle pagado un precio superior al de la posterior venta. Puede ser una práctica moralmente reprochable en tanto que contribuye a banalizar el valor del esfuerzo que hay incorporado en la producción de ese bien, pero no puede ser perseguible desde el punto de vista legal. Sólo apelando al principio de la responsabilidad social se le puede requerir a la gran distribución que no utilice como norma habitual esa práctica, sino sólo en circunstancias verdaderamente excepcionales (exceso de stock, riesgo de caducidad...).

Desde un punto de vista sociológico, los cuatro rasgos más significativos de la Interprofesión son la *voluntariedad* en su constitución, el protagonismo de la acción colectiva en su funcionamiento, la *confianza* en las relaciones entre sus componentes, y la *coordinación imperativa* en la ejecución de sus planes estratégicos

En definitiva, la responsabilidad social de los agentes que forman la cadena alimentaria consiste en contemplar esta cadena como si se tratara de un puente asentado en varios pilares y en velar por que todos ellos, y no sólo el pilar correspondiente a cada eslabón de la cadena, tengan la solidez suficiente para soportar la carga que le corresponde. Todos los agentes de la cadena alimentaria deben estar interesados en la solidez de todos los pilares, y preocuparse no sólo por el suyo, sino por el de los demás, ya que basta con que un pilar se resquebraje para que el puente se derrumbe. De poco sirve, por ejemplo, disponer de un sólido sector de la distribución si el de la producción es frágil y vulnerable.

LA INTERPROFESIÓN COMO ESTRUCTURA SUPERIOR DE CONCERTACIÓN DE INTERESES

Las Interprofesión puede verse como el producto más acabado del proceso de concertación de intereses dentro de la cadena alimentaria. Con las organizaciones interprofesionales, los actores de una determinada cadena o *filière* se dotan voluntariamente de un sistema estructurado de normas internas de funcionamiento y de estrategias compartidas al entender que eso beneficia al conjunto. Con la Interprofesión



ción cada uno de sus actores renuncia a ejercer una parte de su libertad empresarial anteponiendo el interés general de la cadena a su interés particular. El objetivo es formalizar las relaciones entre los distintos agentes de la cadena para, basándose en la confianza de unos con otros, poder ejercer algún tipo de acción coordinada dentro de ella.

De ahí la relevancia que adquiere en la Interprofesión el movimiento asociativo en tanto que agrega los intereses de los actores implicados en la correspondiente cadena y hace posible la concertación en pro de un interés general. Lo característico de las interprofesiones es, en efecto, que sus componentes no son los actores individuales que forman parte de la cadena alimentaria (agricultores, industrias, comerciantes, distribuidores...), sino los actores de tipo colectivo que agregan y representan los intereses de aquéllos (organizaciones profesionales, asociaciones sectoriales, federaciones de cooperativas, asociaciones de la industria y la distribución...)

Cabe afirmar, por tanto, que, desde un punto de vista sociológico, los cuatro rasgos más significativos de la Interprofesión son la *voluntariedad* en su constitución, el protagonismo de la *acción colectiva* en su funcionamiento, la *confianza* en las relaciones entre sus componentes, y la *coordinación imperativa* en la ejecución de sus planes estratégicos. No puede

haber una interprofesión que funcione sin la presencia real y efectiva de esas cuatro características.

No obstante, y con la finalidad de promover su constitución y regular su funcionamiento, los poderes públicos suelen legislar al respecto, existiendo leyes específicas sobre interprofesiones. En el caso español, es la Ley 38/1994 la que regula este tipo de estructuras asociativas, existiendo normativas específicas en algunas Comunidades Autónomas, todas ellas con el mismo objetivo de facilitar su constitución.

Sin embargo, algunos especialistas señalan que la mejor ley de interprofesiones es la que no existe, queriendo significar con ello que este modelo de articulación de interés sólo funciona *bottom-up* (de abajo arriba) como resultado de la voluntad de cooperar por parte de sus distintos actores. También señalan que la existencia de legislaciones puede tener el efecto perverso de crear “desde arriba” (*top-down*) interprofesiones como si se tratara de un diseño administrativo, y que luego, una vez constituidas, dejan de funcionar.

Sea como fuere, lo cierto es que las interprofesiones sólo funcionan allí donde se da un cierto nivel de integración dentro de la cadena alimentaria y donde ya existe una cultura previa de confianza y cooperación entre los actores que la componen. De ahí que se recomienda que sea la propia cadena la que desde abajo impulse la creación de la estructura interprofesional que considere más adecuada, evitando aplicar modelos standard o trasladar modelos de unas cadenas alimentarias a otras. Estos especialistas consideran que el papel de los poderes públicos debe limitarse en exclusiva a ofrecer un sistema de incentivos directos o indirectos y, una vez constituida la interprofesión, garantizar que en su funcionamiento se cumplen las normas sobre competencia y asegurar que la extensión de normas se haga de forma transparente sin perjuicio de ninguna de las partes implicadas.

No hay un modelo estándar de interprofesión, sino tantos como tipos de cadenas alimentarias existen en la realidad. Las hay de larga extensión, abarcando desde las industrias de insumos hasta la distribución y los consumidores, pasando por los sectores de la producción y la industria transformadora. Pero también las hay de corta extensión, limitándose a integrar en la estructura interprofesional sólo a dos o tres agentes de la cadena alimentaria. Entre ambos extremos puede encontrarse una amplia variedad de interprofesiones.

La importancia de las interprofesiones para el buen funcionamiento de la cadena alimentaria se ha puesto de manifiesto en varios países de la UE, hasta el punto que la propia Comisión Europea ha legislado sobre ellas y le ha otorgado un papel clave en la regulación de algunas *filiales*. (tabaco, frutas y hortalizas, vino...). De hecho, en Francia, país en el que está más desarrollado este sistema de vertebración de intereses, las interprofesiones desempeñan una función clave en la aplicación de la ley francesa sobre la cadena alimentaria, siendo a través de ellas que se implementan las distintas normas en materia de costes de producción, precios de referencia y extensión de normas.

CONCLUSIONES

En este artículo hemos analizado con una mirada sociopolítica la cadena alimentaria, centrandolo en las relaciones de interdependencia entre sus distintos componentes (producción, industria, comercio, distribución...), en las formas en que vertebran sus respectivos intereses y en las dinámicas de confrontación/concertación.

Hemos considerado la utilidad de usar un concepto de cierto nivel de abstracción teórica como éste de la “cadena alimentaria”, en la medida en que permite elevar el análisis por encima de la enorme diversidad y complejidad que caracteriza en la práctica al sector agroalimentario, con múltiples y variadas formas de articulación.

Una de las principales conclusiones es que, más allá de su intrínseca variabilidad empírica, la cadena alimentaria se caracteriza por los siguientes rasgos: la interdependencia entre sus componentes, la libertad de cada uno de ellos en la definición de sus estrategias y la desigualdad en cuanto a capacidad de influencia. Por eso, la intervención de los poderes públicos con el propósito de hacerla más transparente y equilibrada, aun siendo loable, tiene siempre efectos limitados, y no siempre conduce a un funcionamiento más eficiente, ya que depende de que los distintos agentes de la cadena cooperen en la implementación de las acciones públicas.

Es ahí donde adquiere gran importancia el papel de las organizaciones representativas de cada sector generando *confianza* entre los actores que componen la cadena alimentaria e impulsando la concertación entre intereses divergentes en pro de un interés general que permita salir ganando a todos ellos. El resultado final de todo ese proceso de concertación impulsado desde abajo conduce a la creación de las interprofesiones en cada cadena o *filiale*, que son un modelo asociativo de tercer grado donde converge la voluntad de cooperar entre sus distintos sectores (producción, industria, comercio, distribución, canal horeca, consumo...). Allí donde funcionan de manera eficiente, las interprofesiones son un elemento fundamental en la vertebración de la cadena alimentaria.

Asimismo, es también muy importante la asunción por parte de todos los grupos de intereses del principio de la responsabilidad social, de tal modo que, además de cumplir con la legalidad vigente y perseguir el logro de legítimos beneficios económicos, asuman un compromiso moral con la sociedad. Disponer de una cadena alimentaria que funcione bien, que se asiente en pilares sólidos y que genere confianza tanto dentro, como fuera de ella, es un valor en sí mismo, y por ello digno de merecer protección por parte de todos.

Finalmente, cabe afirmar la creciente importancia de los consumidores, ya sean tratados como parte integrante de la cadena alimentaria o ya lo sean como un agente externo a la misma, una importancia que radica en su influencia cada vez mayor en la determinación de las estrategias de la producción, la industria, el comercio y la distribución. ■



CRECIENDO CONTIGO

40

mercamálaga

1981-2021

**AVDA. JOSE ORTEGA Y GASSET S/N
29196 MALAGA
WWW.MERCAMALAGA.ES**