



¿Por qué difieren los precios de los alimentos en Europa?

Efectos de la distribución comercial

JAIME ROMERO, JEAN PHILIPPE CHARRON, IGNACIO CRUZ ROCHE. Universidad Autónoma de Madrid.

RESUMEN

En el Mercado Único de la Unión Europea existen fuertes diferencias en el precio de los alimentos entre los Estados miembros. Nos proponemos analizar cuáles son los factores explicativos de la variación de los precios entre los países y en qué medida la distribución comercial influye en estas diferencias. Los resultados muestran la importancia de la renta, así como las variables de concentración y poder de mercado, y de la productividad.

PALABRAS CLAVE: Comercio minorista de alimentación, Europa, diferencias de precios, factores explicativos, poder de mercado, productividad.

Entre los Estados miembros de la Unión Europea existen fuertes diferencias en los precios de los alimentos. En 2018, “el nivel de precios de una cesta equivalente de alimentos y bebidas no alcohólicas entre los estados miembros era más del doble en el estado miembro más caro que en el más barato” (EUROSTAT, newsrelease 2019). Estos datos los publica EUROS-

TAT a partir de los precios de una muestra de 440 productos comparables en 37 países participantes. En este trabajo nos proponemos analizar cuáles son los factores explicativos de la variación de los precios entre los países y en qué medida la distribución comercial influye en estas diferencias.

La figura 1 recoge las diferencias entre los índices de precios de los países en 2008 y 2018. Las diferencias son muy acusadas entre Noruega, país donde la cesta de la compra es más cara, y Rumanía que presenta los precios más bajos. En España la cesta de la compra tiene unos precios ligeramente inferiores a la media europea. Es interesante destacar como en algunos países los precios en el periodo 2018 a 2008 se han incrementado respecto a la media europea, mientras que en otros (entre ellos España) los precios han subido menos que la media europea.

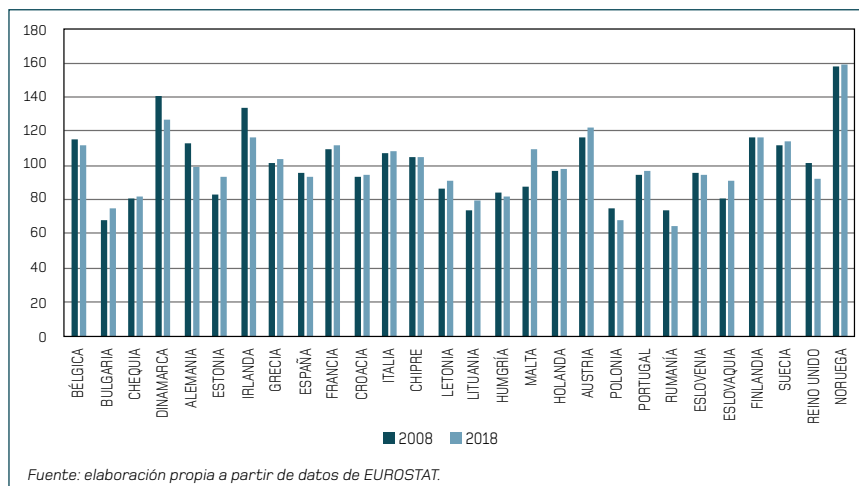
Los datos muestran una fuerte disparidad entre el país que presenta unos precios más elevados que casi triplica al país de precios más bajos. Por otra parte, los datos presentan una estabilidad temporal en las diferencias entre países, por lo que se puede inferir que estas diferencias responden fundamentalmente a aspectos estructurales y no coyunturales.

No obstante, al existir un mercado único dentro de la UE cabría esperar que existiera una convergencia en precios. La libre circulación de productos y la no existencia de barreras arancelarias entre los Estados deberían permitir que al abastecerse los países más caros en otros países donde los precios son menores, los precios tendieran a igualarse y que las diferencias entre los países se fueran reduciendo.

Sin embargo, las diferencias de precios de los alimentos no se están reduciendo en los últimos años. EUROSTAT¹ señala como la convergencia, medida a través del coeficiente de variación, fue acusada entre 2003 y 2008, a partir de esta fecha se produce un estancamiento de los procesos de convergencia. En efecto, si se calcula el coeficiente de variación (desviación típica / media) de los índices de precios en los diferentes años (ver fi-

GRÁFICO 1

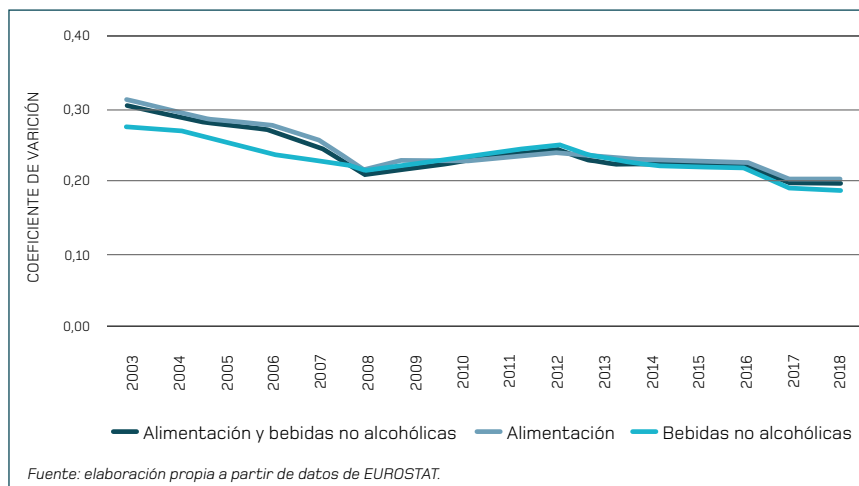
Índice de Precios de una cesta de productos de alimentación y bebidas no alcohólicas (Índice EU = 100)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de EUROSTAT.

GRÁFICO 2

Convergencia en precios de los alimentos en la UE



Fuente: elaboración propia a partir de datos de EUROSTAT.

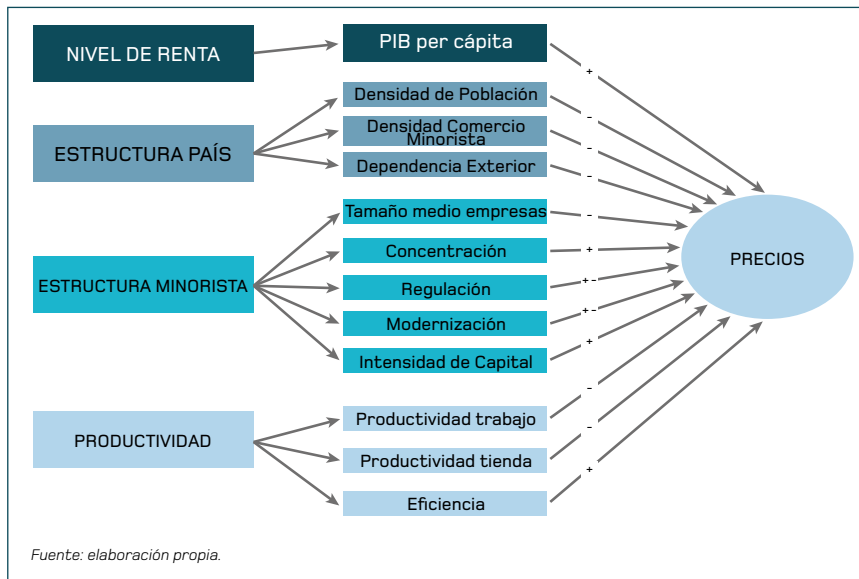
gura 2) se puede observar el proceso de convergencia hasta 2008, (el coeficiente de variación se reduce desde 0,31 a 0,22) posiblemente como consecuencia de la incorporación de los nuevos Estados miembros, y cómo a partir de 2008 hasta 2016 se mantienen constantes las diferencias entre los niveles de precios de los estados, probablemente debido a la crisis económica y, finalmente, los años 2017 y 2018 muestran una mayor convergencia (se reduce el coeficiente de variación de 0,22 a 0,19).

¿CUÁLES SON LOS FACTORES DETERMINANTES DE LOS NIVELES DE PRECIOS DE CADA PAÍS?

Según El Ansary y Liebrez (1984)² los modelos de distribución en los diferentes países dependen de los siguientes factores: los consumidores, los recursos, las condiciones del entorno y las prácticas de dirección tanto en el sector público como en el privado. Los niveles de precios medios de cada país están determinados por la capacidad adqui-

GRÁFICO 3

Factores determinantes del nivel de precios de los alimentos



sitiva del mercado y por características estructurales del país, de su estructura comercial y de su productividad. Las diferencias de renta afectan a la disposición del consumidor a pagar precios más altos, mientras que los factores estructurales condicionan los costes de las empresas minoristas, que serán trasladados a precios. Por ello, se propone el siguiente modelo explicativo que se recoge en la figura 3.

Capacidad adquisitiva

Los mercados con un mayor poder adquisitivo están en condiciones de pagar unos mayores precios por los productos (efecto renta). Además, los mercados de

mayor renta demandan productos de calidad superior o con mayor valor añadido por la distribución. Por último, los países de mayor renta exigen más y mejores servicios, que deben ser repercutidos en el margen comercial de los productos y en los precios finales al consumidor.

La distribución como ha sido señalado por Betancourt y Gautschi (1988), no sólo entrega una cesta de productos, sino también un conjunto de servicios añadidos. Estos servicios (establecimientos comerciales, surtido, conveniencia, presentación, ambiente, aparcamiento, facilidades financieras, etc.) son demandados en mayor medida en los países de mayor renta y suponen unos mayores costes que han de ser repercutidos en precios.

Por otra parte, los países de mayor renta son también aquellos en los que los salarios son más elevados y también son mayores los costes inmobiliarios. En la medida en que salarios y alquileres son los elementos básicos de los costes de distribución, estos mayores costes han de ser trasladados a precios más elevados.

Como consecuencia de todo ello los niveles de precios de alimentos y los indicadores de capacidad adquisitiva, como el PIB per cápita, presentan habitualmente una alta correlación. Por ejemplo, la correlación entre ambas variables a nivel europeo alcanza un 0,83 para 2018.

Características estructurales del país

La distribución está fuertemente influida por las características geográficas y de producción del país. En este sentido, los países con una mayor densidad de población y de concentración urbana tendrán menores costes de distribución y previsiblemente menores precios. Así, países como Holanda caracterizados por una alta densidad de población, repartida uniformemente por todo el territorio, presenta una mayor facilidad para la distribución de los productos, mientras que otros como Noruega o Suecia con menor densidad de población y un amplio territorio incurren en mayores costes de abastecimiento.

La densidad comercial o el grado de equipamiento comercial de cada país también puede influir sobre los precios. Aquellos estados caracterizados por una oferta de múltiples establecimientos comerciales pueden presentar unos precios más bajos como consecuencia de la mayor competencia y revalidad. Aunque

La distribución está fuertemente influida por las características geográficas y de producción del país. En este sentido, los países con una mayor densidad de población y de concentración urbana tendrán menores costes de distribución y previsiblemente menores precios

el menor tamaño de los establecimientos afectaría a las economías de escala y en consecuencia a los precios.

También la capacidad de producción de alimentos y la necesidad de importación de otros países puede influir en los niveles de precios, ya que las importaciones permitirían incorporar productos más baratos que los nacionales y deberían tender a una reducción de las diferencias de precios entre los estados miembros.

Estructura del comercio minorista del país

No existe un modelo único de distribución comercial en Europa. Cada país en función de sus características climatológicas, culturales y de urbanización presenta configuraciones distintas. Como consecuencia de ello, hay diferencias en el tamaño medio de los establecimientos, el grado de modernización de los formatos comerciales, el nivel de regulación o intervención por parte de los poderes públicos, y finalmente la concentración empresarial en los mercados.

El tamaño medio de los establecimientos recoge la posibilidad de acceder a economías derivadas del tamaño, que podrían ser transmitidas a precios. La existencia de formatos comerciales más modernos (hipermercados, supermercados y descuento) permitiría ser más eficientes en precios.

La existencia en cada estado miembro de una regulación más o menos intervencionista podría suponer un freno al desarrollo de los formatos más modernos y eficientes, lo que implicaría precios más elevados (Matea y Mora 2007). Por otra parte, también supone un freno a la concentración y a las posiciones de poder de mercado, lo que llevaría a unos precios inferiores (Sánchez y otros, 2008).

Por último, la mayor concentración de los operadores en los mercados supone un mayor poder de mercado sobre proveedores y consumidores, que puede influir en mayores márgenes y precios (Yagüe 1995), por lo que los países más concentrados tendrían un nivel de precios superior.



El modelo comercial puede afectar a los costes y a los márgenes comerciales de la distribución y, en consecuencia, al nivel de precios

de la mayor o menor eficiencia de la distribución al generar un mayor valor para los consumidores.

Características estructurales de las empresas minoristas

Además de los factores antes mencionados, las características estructurales de las empresas minoristas también influyen en los niveles de precios de alimentos en cada país.

La productividad es el resultado del modelo de distribución planteado y de las estrategias de las empresas que lo componen. La productividad se define como una ratio del "output" del proceso dividido por el "input" requerido para producir el output. En la distribución comercial se pueden emplear múltiples medidas de los outputs (ventas, valor añadido, etc.) y también de los inputs (número de tiendas, metros cuadrados de superficie, trabajadores, horas trabajadas, salarios, etc.), según se trate de productividad del capital o del trabajo (Dubelaar et al. 2002).

Una mayor productividad deberá indicar una mayor eficiencia en el uso de los recursos productivos y la posibilidad de ofrecer los productos a los consumidores a unos precios más reducidos. El valor añadido sobre las ventas es un indicador

NIVEL DE PRECIOS DE LOS ALIMENTOS Y NIVEL DE RENTA

Si realizamos un análisis de los índices de los precios de los alimentos y bebidas no alcohólicas y de los datos del producto interior bruto por habitante con valor 100 para la media de los países de la UE, obtenemos los resultados que se recogen en las figuras 4 para el año 2008 y figura 5 para 2018.

Para todos los años estudiados existe una fuerte relación entre los precios y la renta, en el sentido de que los países más ricos son también los países en los que los productos de alimentación tienen precios más altos. Estos precios reflejan tanto la existencia de una mayor demanda y la exigencia de mejores servicios complementarios, como también unos costes operativos más elevados consecuencia de los salarios más altos y el mayor coste inmobiliario.

Por tanto, las diferencias en los niveles de precios entre países son explicadas en gran parte por la capacidad adquisitiva de sus habitantes. Sin embargo, tal y como se puede observar en las figuras 4 y 5, países con un nivel de renta simi-

GRÁFICO 4
Relación entre precios de los alimentos y PIB p.h. Año 2008

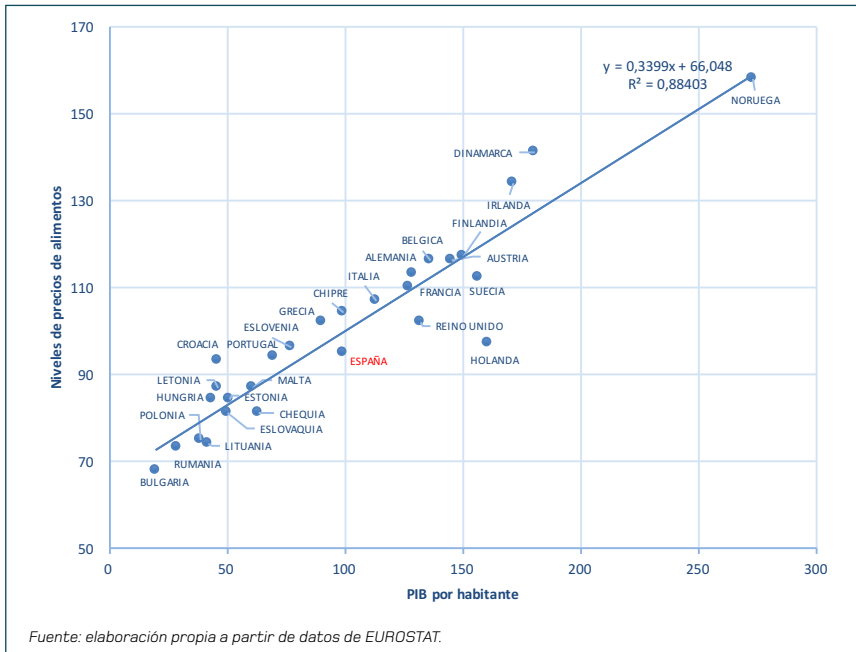
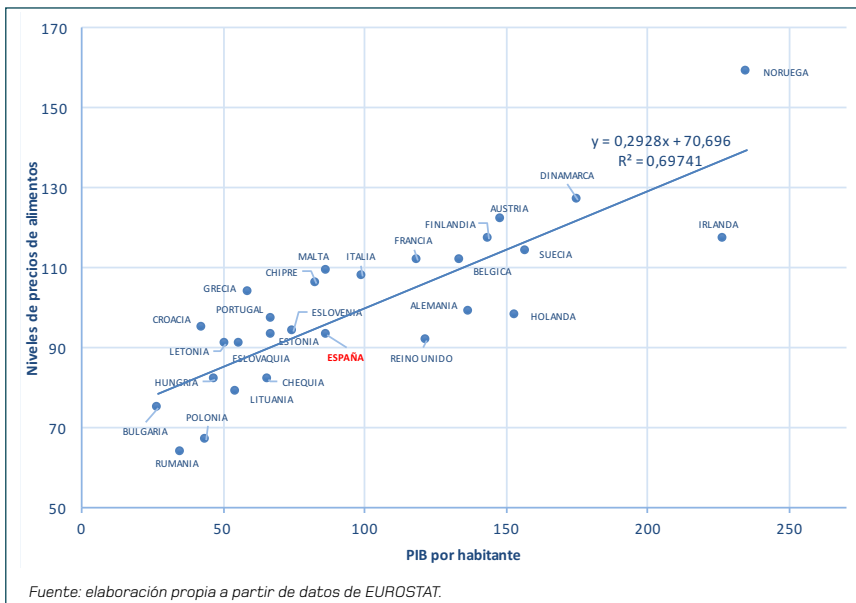


GRÁFICO 5
Relación entre precios de los alimentos y PIB p.h. Año 2018



lar muestran diferencias importantes en su nivel de precios. Determinados países permanecen por debajo de la recta de regresión (Alemania, Holanda, Reino Unido, España, entre otros), mientras que hay otros países que se sitúan por

encima de la recta de regresión, es decir tienen unos precios superiores a los que les correspondería por su nivel de renta. Así por ejemplo, Italia y España que tienen un nivel de renta similar y una estructura de producción de alimentos

parecida, presentan notables diferencias en precios, siendo España un país de precios más bajos. Habitualmente, la teoría ha explicado estas diferencias a través de las características estructurales de cada mercado, como serían unas condiciones naturales más ventajosas, una estructura comercial más productiva o unas conductas empresariales más pro-competitivas.

Si comparamos las figuras 4 y 5, se puede apreciar como la pendiente de la recta de regresión se reduce, pasando de 0,33 en 2008 a 0,29 en 2018, lo que prueba una menor influencia de los niveles de renta en los precios, sugiriendo la importancia de considerar otras variables en el análisis.

UN MODELO EXPLICATIVO DE LAS DIFERENCIAS DE PRECIOS DE LOS ALIMENTOS

A partir de los datos de 25 Estados miembros de la Unión Europea³, recientemente hemos publicado un estudio⁴ explicativo de la evolución de los precios de los alimentos en dichos países. En este trabajo a partir de una amplia base de datos de los años 2006 a 2016, se elabora un modelo explicativo de los precios de los alimentos y de su evolución como se recoge en el gráfico 6.

En el modelo se establece la hipótesis de que los precios minoristas de alimentación dependen positivamente del nivel de renta de los habitantes del país, de la concentración de las empresas minoristas en el mercado y de forma negativa de la productividad de los establecimientos comerciales del país.

La mayor concentración del comercio minorista supone que un menor número de operadores actúan en el mercado, lo que implica un mayor poder de mercado. Este poder de mercado se puede ejercer hacia los proveedores obteniendo precios de compra más bajos y también hacia los consumidores a los que se vende a un precio más elevado, generando en su conjunto márgenes de beneficios más altos. Una relación positiva entre grado de concentración y el índice de precios indicaría

que este poder de mercado se ejerce sobre los consumidores que pagan precios más elevados por sus alimentos.

La mayor concentración también supone un mayor tamaño de las empresas y la posibilidad de acceder a las economías de escala y alcance. Si estas economías se trasladaran a precios podrían dar lugar a menores precios a los consumidores.

La concentración se mide a través del Índice Herfindhal-Hirschman⁵ de cada Estado miembro con los datos de las cuotas de mercado de las empresas que se obtienen de la base de datos de Euromonitor Passport (2019). Este índice permite considerar las diferencias en el tamaño de las cuotas de cada competidor. Al calcularse para todo el país no permite apreciar las diferencias en mercados territoriales más pequeños en los que puede haber una mayor concentración que en el resto.

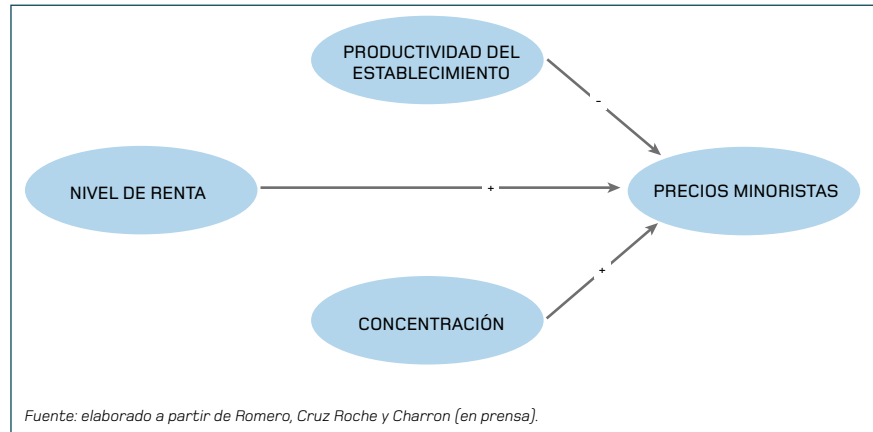
La mayor productividad supone un mejor uso de los recursos (trabajo, capital, inmobiliario, etc.) por parte de las empresas minoristas, que les puede llevar a prestar los servicios de distribución con un menor margen y/o con mayores beneficios. Si esas mejoras de productividad se trasladan a precios, los países con más alta productividad tendrían por ello unos precios menores.

La productividad se puede medir respecto a los diferentes factores productivos: productividad del trabajo, del capital o productividad del conjunto de factores. Para medir la productividad se utiliza el dato de las ventas por establecimiento que se obtiene dividiendo el total de ventas minoristas por el número de establecimientos de la base de datos de Euromonitor.

Para estimar el modelo se utilizan un análisis de regresión adecuado para datos panel, esto es, para datos de un conjunto de observaciones (en nuestro caso los países) de los que se dispone de información para varios periodos de tiempo (de 2007 a 2016). Concretamente, se estiman varias versiones del modelo, haciéndonos eco de dos de ellas en este artículo: en primer lugar, una regresión de precios frente a la renta por habitante; en segundo lugar, a continuación se incorpo-

GRÁFICO 6

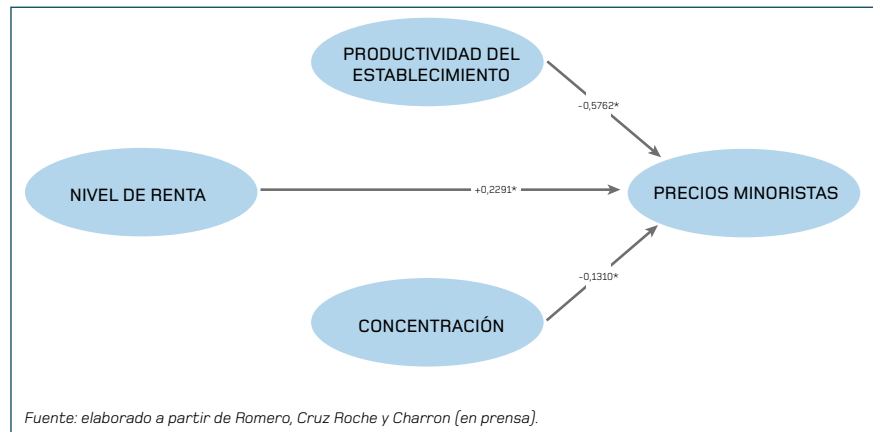
Modelo conceptual de las diferencias de precios



Fuente: elaborado a partir de Romero, Cruz Roche y Charron (en prensa).

GRÁFICO 7

Modelos de efectos fijos: resultados estimados



Fuente: elaborado a partir de Romero, Cruz Roche y Charron (en prensa).

ran variables estructurales como concentración del mercado y productividad de los establecimientos. Los resultados del modelo más completo, esto es, de efectos directos de la renta, la productividad de los establecimientos y la concentración se recogen en la figura 7 adjunta.

Los resultados obtenidos verifican el modelo propuesto. Los niveles de renta por habitante están positivamente relacionados con los precios de los alimentos y explican el 16% de la varianza de los precios. Cuando se incorporan la concentración y la productividad, el porcentaje de varianza explicada se eleva al 86%. Todas las variables son significativas y presentan el signo esperado: la concentración incrementa el nivel de precios,

mientras que la productividad de los establecimientos tiene signo negativo.

En consecuencia, se puede decir que los precios de los alimentos y bebidas no alcohólicas en los países de la Unión Europea son más altos cuanto mayor es el nivel de renta de cada estado miembro y cuanto mayor es la concentración de sus mercados minoristas y menores cuanto más productivo es su modelo comercial.

CONCLUSIONES ¿POR QUÉ SON MÁS BAJOS LOS PRECIOS EN ESPAÑA?

El análisis de los datos nos muestra cómo los precios de los alimentos en España se mantienen por debajo del nivel

que correspondería de acuerdo con su ingreso por habitante y esto se produce a lo largo de todo el periodo estudiado.

La existencia de un mercado único en la Unión Europea, junto con la reducción de los aranceles, las facilidades al comercio exterior y el abaratamiento de los costes del transporte internacional está suponiendo un menor coste de compra de los abastecimientos en todos los Estados miembros. Por el contrario, los costes de distribución se elevan en el tiempo como consecuencia de un mayor nivel de servicios, establecimientos mejor equipados, etc. que en cierto grado pueden ser compensados por las mejoras de la productividad.

España presenta una concentración de la distribución minorista que se sitúa por debajo de la media comunitaria (Cruz y Romero 2017). En la última década no se han producido operaciones de concentración de empresas que hayan afectado significativamente la concentración.

En el modelo español coexisten operadores nacionales junto con operadores regionales que alcanzan una alta cuota de mercado en sus territorios de implantación. Este modelo competitivo genera una alta rivalidad en precios y promociones entre las compañías.

La gestión de la crisis económica y la contracción del mercado que se produjo en esos años llevaron a las empresas minoristas a ajustar sus precios y en consecuencia reducir sus márgenes tanto bruto como neto. Para hacer frente a estos ajustes fue necesario una política de contención de costes de gestión, que estimuló el incremento de eficiencia en las empresas. Estas ganancias de eficiencia en compras, logística, gestión de establecimientos, etc. ha permitido que la distribución minorista española se encuentre entre las más eficientes de Europa (Cruz Roche et al. 2019).

El modelo español presenta también dos elementos que refuerzan su eficien-

cia: la existencia de centrales de compras nacionales y la red de mercados mayoristas de productos frescos. La existencia de cadenas de distribución de menor tamaño y de ámbito regional que alcanzan cuotas de mercado de liderazgo en sus territorios sólo es posible si tienen acceso a las economías de escala y alcance, en materia de compra pero también de logística, tecnología y servicios, que les proporcionan las centrales de compra.

Por otra parte, en productos de alimentación frescos la existencia de una red de mercados mayoristas (Mercas) con múltiples operadores donde se agrupa la mitad de la oferta de productos frescos, hace que exista una fuerte competencia en estos mercados y unos precios de venta a los minoristas más bajos, que se pueden trasladar a los consumidores finales. El poder acceder a estas fuentes de suministro permite que haya una amplia oferta de minoristas especializados y una mayor competencia en estos mercados. ■

Referencias bibliográficas

- Betancourt, R. (2016). Distribution services, technological change and the evolution of retailing and distribution in the twenty-first century. En Basker, E. (ed.), *Handbook on the Economics of Retailing and Distribution*, 73-94, Norhampton, MA:Edward Elgar.
- Betancourt, R., & Gautschi, D. (1988). The economics of retail firms. *Managerial & Decision Economics*, 9(2), 133-144.
- Cruz Roche, I. y Romero, J. (2017) La concentración en el comercio minorista en Europa: evolución 2007-2016 *Distribución y Consumo* 27 (147), 12-20
- Cruz Roche, I., Romero, J. y Sellers-Rubio, R. (2019) Retail services efficiency: impact of country-specific factors *International Journal of Retail & Distribution Management* 47(8), 774-792
- Dubelaar, C., Bhargava, M., & Ferrarin, D. (2002). Measuring retail productivity what really matters? *Journal of Business Research*, 55(5), 417-426.
- El Ansary, A. y Liebrez M.L. (1984): "Comparative Marketing Systems Analysis Revisited" en Kaynak E. & Savitt, R., eds., *Comparative Marketing System*, Praeger Publishers
- Euromonitor International (2019), *Euromonitor Passport*. Disponible en <http://www.portal.euromonitor.com/portal>
- European Central Bank (2014). Retail market structures and consumer prices in the Euro area. *European Central Bank - Working paper series*, 1744.
- European Commission (2014). The economic impact of modern retail on choice and innovation in the EU food sector.
- European Commission (2015, 28 de septiembre). A Single Market Strategy for Europe – Analysis and Evidence. Disponible en: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/14012/attachments/1/translations/en/renditions/native>.
- Eurostat (2019). Structural business statistics. Disponible en <http://ec.europa.eu/eurostat>
- Matea, M.L., & Mora, J.S. (2007). Una aproximación a la regulación del comercio al por menor a partir de Indicadores Sintéticos. *Banco de España - Boletín Económico*, 91, 89-100.
- Romero, J., Cruz-Roche, I. y Charron, J.P. (2019): "The myth of price convergence under economic integration: A proposed explanation for the difference in food price across European countries" *European Management Journal*. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2019.10.002>
- Sánchez, M., Cruz, I. & Jiménez, D. (2008). Desempeño de la Política Comercial Pública en España. *Universidad Autónoma de Barcelona - Documentos de Treball* 08/5.
- Sellers-Rubio, R., & Más-Ruiz, F. (2006). Evaluación de la eficiencia en distribución comercial minorista. *Distribución y Consumo*, 88, 88-96.
- Sellers-Rubio, R., & Más-Ruiz, F. (2007). Different approaches to the evaluation of performance in retailing. *International Review of Retail, Distribution & Consumer Research*, 17(5), 503-522. doi:10.1080/09593960701631953.
- Yagüe, M.J. (1995). Relación entre concentración y precios en el comercio minorista. *Información Comercial Española*, 739, 59-70.

Notas

- 1 EUROSTAT: Comparative Price levels for food, beverages and tobacco. *Statistics Explained*, 01/03/2018
- 2 El Ansary, A. and Liebrez M.L. (1984): "Comparative Marketing Systems Analysis Revisited" in Kaynak E. & Savitt, R., eds., *Comparative Marketing System*, Praeger Publishers, 1984, p.37
- 3 Se consideran todos los estados miembros de la Unión europea, excluyendo Luxemburgo por su alto nivel de renta y Chipre y Malta por falta de algunos datos.
- 4 Romero, J., Cruz-Roche, I. y Charron, J.P. (en prensa): "The myth of price convergence under economic integration: A proposed explanation for the difference in food price across European countries" *European Management Journal*. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2019.10.002>
- 5 El Índice Herfindhal-Hirschman se calcula $HHI = \sum_{i=1}^N (\text{cuota de mercado}_i)^2$, para un país con N minoristas

RELÁJATE CON LOS SONIDOS DE LOS ALPES GRACIAS AL MARLENE® SOUNDSITE

*El sol, la lluvia, el viento, la tormenta: ahí están los recursos en línea para zambullirse en el mundo del Tirol del Sur
- Südtirol.*

La naturaleza surtirolesa es un verdadero paraíso para quienes quieran disfrutar de momentos de relax, gracias a los sonidos y colores característicos de sus paisajes montanos. Marlene®, la manzana hija de los Alpes, ofrece esta experiencia también a quien no vive en su país de origen gracias al Marlene® Soundsite, el sitio web que recoge los sonidos e impresiones de las montañas surtirolesas en varios momentos del día y diversas condiciones meteorológicas.

Para vivir plenamente el relax del Tirol del Sur no hay más que conectarse a la dirección tierrademarlene.es y seleccionar a través de los mandos correspondientes la situación meteorológica deseada: tiempo soleado, con el canto de los pajarillos en los árboles, el viento que agita el follaje, la lluvia que cae con fragor e incluso la tormenta. Los sonidos van acompañados de una típica vista de los valles surtiroleses, que cambia su aspecto según la situación meteorológica seleccionada.

El proyecto no se limita al sitio web: para llevar a todas partes los sonidos de los Alpes, en el futuro, los distintos so-

nidos grabados se difundirán a través de Spotify, YouTube y los medios de comunicación social en los que la marca Marlene® está más activa y donde es más conocida: Instagram y Facebook.

“El territorio del Tirol del Sur es el elemento que hace especiales las manzanas Marlene®, tal como remarcamos con el lema ‘hija de los Alpes’ —comenta Hannes Tauber, responsable de Marketing del VOG, el consorcio surtiroles que agrupa las más de cinco mil familias de agricultores a las que se confían el cuidado y el cultivo de las manzanas Marlene®.— Con este sitio web queremos brindar la oportunidad de recrear en cualquier lugar y en cualquier momento la atmósfera que se respira en nuestra tierra. Los elementos del Soundsite —el sol, la lluvia y el viento, así como la alternancia del día y la noche— que se han elegido para ilustrar el origen de Marlene® y la riqueza climática del territorio, son los factores fundamentales por los que se explica el sabor único de nuestras manzanas.”

Marlene®
HIJA DE LOS ALPES



Mi agradable dulzor se debe a que recibo más de 2000 horas de luz solar a lo largo del año.

Marlene