

CAPÍTULO 5. EL PUNTO DE LLEGADA: 1995

1. INTRODUCCIÓN

La organización del presente capítulo va a ser similar a la de los dos anteriores. La situación en 1995 va a analizarse de lo general a lo particular y, considerando, a su vez, la localización de la IAA como el resultado de una problemática productiva y competitiva más amplia. Por ello, en el segundo punto se realizará una caracterización global del impacto de los procesos de Reestructuración en la IAA. En el tercero se analizará la evolución del “arraigo” productivo de los distintos subsectores. A continuación se realizará un análisis subsectorial, para terminar por analizar los cambios observables en las pautas de localización de la IAA respecto a 1980 y la relación que ello guarda con la dinámica espacial de la inversión. Finalmente, se realizará un análisis agregado de las pautas de localización de la IAA en 1995.

2. CARACTERIZACIÓN GLOBAL: EL IMPACTO DE LOS CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA DEL SECTOR

Es difícil una adecuada caracterización global de los cambios experimentados por la IAA. Se trata de una realidad muy compleja formada por diferentes subsectores que, a su vez, tienen unas dinámicas de transformación muy diversas, afectando los procesos de acumulación que tienen lugar en el interior de los mismos a una multiplicidad de territorios y, por tanto, de cuerpos sociales. No obstante, para sintetizar una situación en la que han confluído factores de diversa índole habría que insistir en las siguientes ideas.

1. La producción valorada en unidades monetarias, es decir, la “valoración” que el Mercado hace de las producciones agroalimentarias desarrolladas en Andalucía no ha dejado de crecer durante todo el período objeto de estudio. En este sentido, el valor añadido a precios constantes de la IAA ha tenido una tasa media de crecimiento anual del 2,9% durante el período 1980-1995. No sólo ha crecido el valor añadido sino que adicionalmente lo ha hecho a una tasa muy superior a la del conjunto de la industria andaluza (1,5%).
2. Este incremento del valor añadido se ha basado, a su vez, en un aumento importante de la productividad.¹ En el período considerado la productividad de la IAA crece a una media anual del 5,1%,² ligeramente superior a la correspondiente media anual para el conjunto de España que se sitúa en el 4,8%.³
3. A su vez, este incremento de la productividad, sobre la base de la introducción de equipos y procesos más eficaces, no habría podido tener lugar sin la existencia de unas fuertes propensiones inversoras. La inversión representó, en Andalucía, durante el período considerado un 9,3%⁴ del total del valor añadido bruto del sector.

¹ Se define como Valor Añadido / Personas empleadas y se calcula sobre la base de la información contenida en la Encuesta Industrial para el período 80-92.

² Calculado para el período 80-92 sobre la base de los datos contenidos en la antigua Encuesta Industrial.

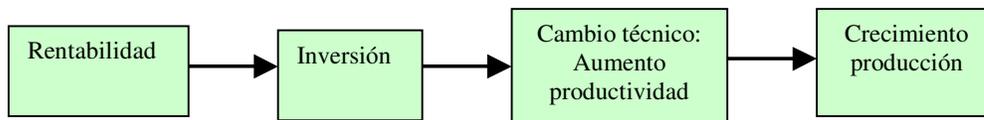
³ Idem nota anterior.

⁴ Idem nota anterior.

- Esto ha asegurado el mantenimiento de la importancia del sector en relación con el conjunto nacional. De este modo, su cuota de mercado se mantiene alrededor del 17-18%, sin grandes modificaciones durante el período objeto de estudio.

Por tanto, la dinámica que está detrás de las pautas de transformación estructural del sector se reduce, simplemente, a un proceso de acumulación de capital que puede sintetizarse del siguiente modo.

GRÁFICO 5.1: DESCRIPCIÓN MACROECONÓMICA SINTÉTICA DE LOS PROCESOS DE ACUMULACIÓN DE CAPITAL



Pero el proceso de transformación no sólo afecta a las macromagnitudes. Por el contrario, toda macrotendencia tiene una proyección microeconómica.⁵ En el caso que nos ocupa, los procesos de acumulación de capital, éstos se proyectan microeconómicamente a través de procesos competitivos entre empresas. Por tanto, acumulación de capital y competencia tienen un substrato común (Guerrero, 1995; Storper y Walker, 1989).

GRÁFICO 5.2: DESCRIPCIÓN MICROECONÓMICA SINTÉTICA DE LOS PROCESOS DE COMPETENCIA ENTRE CAPITALES.



Como puede verse el comienzo de ambos procesos es el mismo. Existe un excedente, en el caso del proceso competitivo en poder de una empresa, que se reinvierte, por ejemplo, en la adquisición de nueva maquinaria⁶. Estas inversiones implican un progreso en la técnica utilizada en la empresa, lo que, a su vez, es posible que implique

⁵ Se trata de una afirmación detrás de la cual hay, como ha tenido ocasión de explicarse en el primer capítulo de la presente tesis toda una forma de entender la investigación social, en general, y la economía en particular. Se afirma que las macromagnitudes no son el resultado de la agregación de los comportamientos individuales, tal y como se afirma desde el individualismo metodológico, en general y el pensamiento neoclásico en particular. Por el contrario, la evolución de las sociedades se rige por procesos que no pueden reducirse a la agregación de comportamientos individuales. Por tanto, el comportamiento de lo social puede considerarse, a efectos de análisis, como previo a la conducta del individuo que se adapta, aunque con un margen de maniobra, a las condiciones impuestas por el entorno. En clave económica, podría decirse que son los macrofundamentos los que explican las microconductas (Colander, 1997; Barzini y Scazzieri, 1990) y no al revés.

⁶ No es la única utilización que puede realizarse del excedente. El mismo puede emplearse también en el aumento de la capacidad de producción de la factoría o en inversiones directas destinadas a incrementar la productividad por otras vías (I+D, por ejemplo). Lo cierto es que, en todo caso, la reinversión tiene por objeto o el aumento del volumen de la producción o la reducción, a corto o a largo plazo, de los costes unitarios. En este sentido, una buena posición competitiva asegura rentas suficientes como para tener los recursos financieros necesarios para acometer este proceso (Guerrero, 1995; Storper y Walker, 1989).

un cambio organizativo⁷. Estos progresos técnicos y organizativos terminan concretándose en una reducción de los costes unitarios, o lo que es análogo, en un incremento de la capacidad competitiva de las empresas. (Guerrero, 1995; Storper y Walker 1989)

Por tanto, en un proceso competitivo tienden a sobrevivir aquellas empresas que son capaces de reducir sus costes unitarios más rápidamente. Es decir, la desaparición de las empresas menos eficientes (y la eventual aparición de nuevas organizaciones) es una constante en los procesos que a nivel macro se caracterizan como de acumulación de capital y, a nivel micro, como de competencia.

Lo que llama la atención es que, en el caso de la IAA, el proceso competitivo ha sido especialmente virulento. Así, puede entenderse si se tiene presente que en el período objeto de estudio han desaparecido 1.776 establecimientos, lo que supone un 20,9% del total de establecimientos existentes en la región. A esto se une la reducción de empleo desde los 68.595⁸ trabajadores registrados en 1980 hasta los 54.377⁹ registrados en 1995. Por tanto, adicionalmente, se produce un auténtico efecto expulsión que afecta a un 16,7% de los trabajadores empleados en 1980.

Esto no se explica por las particulares características de la IAA. En un entorno económico, que, hasta mediados de siglo era eminentemente rural, lo lógico a priori, hubiera sido que se hubiese reducido la población empleada en la agricultura, aumentando el empleo industrial. La principal especialización industrial de la región es la IAA, que mantiene una participación constante entorno al 25% de la producción regional. Por ello, un proceso de racionalización de este calibre en un sector como la IAA es algo que merece un análisis más detallado, en el intento de determinar cuáles son las fuerzas que están detrás de la gran capacidad destructiva de establecimientos y de empleos de los procesos competitivos experimentados en el período 1980-1995.

3. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LOS NIVELES DE ARRAIGO DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA ANDALUZA: COMPARACIÓN DE LA SITUACIÓN ENTRE 1980 Y 1995

En el período que va de 1980 a 1995 se ha asistido a una importante reducción en términos relativos de los inputs adquiridos por la IAA en el interior de la región. En 15 años, el porcentaje de inputs regionales sobre el total se ha reducido desde el 80,4% al 63,3%. Esto supone una diferencia de un 13,1%. Es decir, la mencionada participación se ha reducido a una media anual cercana al 1%.

Es decir, el nivel de articulación de la actividad agroindustrial con el resto del tejido productivo andaluz se ha visto muy seriamente afectado como consecuencia de los procesos de transformación experimentados por el sector. Por tanto, el efecto de

⁷ En este sentido, el nuevo modelo de organización industrial conocido como producción flexible no hubiera sido posible sin los desarrollos en los campos de la Informática, la robótica y las telecomunicaciones tal y como apuntan numerosos estudios (ver Castells, 1995).

⁸ Dato extraído de la Encuesta industrial de 1980.

⁹ Dato extraído de la Encuesta industrial de Empresas de 1995.

arrastré¹⁰ de la actividad de la IAA es, en 1995, significativamente inferior a la que, en términos relativos, tenía hacía quince años.

CUADRO 5.1: PARTICIPACIÓN DE LOS INSUMOS REGIONALES EN LA IAA EN 1980 Y 1995

	Inputs intermedios regionales /inputs intermedios totales
1980	80,4%
1995	63,3%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

Una vez se ha constatado la regresión en la interrelación entre el sector agroalimentario y resto del tejido productivo de la región, es interesante profundizar en la forma en que este proceso se ha producido. Lo primero que hay que destacar es la importancia del cambio técnico en el sector. Como consecuencia del mismo, se han modificado los insumos demandados por la IAA.

CUADRO 5.2: PARTICIPACIÓN DE LOS INSUMOS AGRARIOS, AGROALIMENTARIOS Y PROVENIENTES DE INDUSTRIAS AUXILIARES EN EL TOTAL DE INSUMOS DE LA IAA EN 1980 Y 1995.

	Participación inputs totales 1980	Participación inputs totales 1995
Agricultura, Ganadería y Pesca	53,1%	47,8%
Industria agroalimentaria	10,2%	25,3%
Industrias auxiliares	9,8%	10,5%
Total	73,1%	83,7%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

En este sentido, la IAA sustituye inputs primarios (es decir, alimentos no sometidos a procesos industriales de transformación), por agroalimentarios (es decir, por alimentos cuya características se han visto modificadas como consecuencia de algún proceso de transformación industrial). Por ello, la participación de los inputs agroalimentarios se multiplica por 2,5 mientras que la de los inputs agropecuarios se reduce más de 5 puntos.

Este proceso de cambio técnico tiene una gran influencia en la relación de la IAA con la estructura económica regional. Porque a la altura de 1980, como tuvo ocasión de comprobarse,¹¹ la industria agroalimentaria basaba su arraigo en sus privilegiadas relaciones con la base agropecuaria. En este sentido, el debilitamiento de la relación agricultura – industria agroalimentaria como consecuencia de procesos de transformación tecnológica puede suponerse que implica una reducción en el porcentaje de inputs regionales consumidos por la IAA. Pero, adicionalmente, ocurre que,

¹⁰ Ya en la nota 29 del capítulo 3 se explicó el contenido “técnico” del término efecto de arrastre.

¹¹ En concreto en el epígrafe 3.1.3 del capítulo 3.

independientemente del proceso de cambio técnico enunciado, la capacidad de la estructura productiva regional para atender las necesidades de la IAA disminuye. Así se desprende del siguiente cuadro.

CUADRO 5.3: PARTICIPACIÓN SECTORIAL DE LOS INSUMOS REGIONALES EN EL TOTAL DE INSUMOS DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA ANDALUZA EN 1980 Y 1995

Sector de procedencia de los inputs	Porcentaje de inputs intermedios regionales 1980	Porcentaje de inputs intermedios regionales 1995
Agricultura, Ganadería y Pesca	86,2%	68,4%
Industria Agroalimentaria	73,8%	52,3%
Industrias Auxiliares	70,4%	38,4%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

En el mismo, se demuestra cómo se reduce la participación de los inputs regionales en el total de insumos procedentes tanto de la agricultura y la ganadería, como de la industria agroalimentaria o las industrias auxiliares. Es decir, no sólo el arraigo “productivo” del conjunto de la IAA se ve seriamente atacado como consecuencia de la dinámica abierta por los procesos de cambio técnico, que privilegian las producciones agroindustriales sobre las estrictamente agrarias, sino que, adicionalmente, se produce una pérdida de intensidad de la relación entre la IAA y el resto del SAA que no tiene un origen “técnico”, sino “económico”. El tejido económico regional tiene, en este sentido, una menor capacidad de respuesta a las demandas de insumos realizadas por la IAA.

En definitiva, el nivel de arraigo de la actividad agroindustrial se ha reducido como consecuencia del cambio técnico experimentado por el sector, aunque no exclusivamente por ello. La Reestructuración productiva ha incidido, de este modo, en un debilitamiento de las cadenas de valor a nivel regional y ha producido un aumento de los flujos de riqueza monetaria que se “filtran” hacia el exterior. Esto puede verse más claramente en el cuadro 5.4.

CUADRO 5.4: PARTICIPACIÓN SECTORIAL DE LOS INSUMOS REGIONALES EN EL TOTAL DE INSUMOS DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA ANDALUZA EN 1980 Y 1995

Subsector	(consumos intermedios no interiores / consumos intermedios totales)*100 en 1980	(consumos intermedios no interiores / consumos intermedios totales)*100 en 1995	Diferencia en la participación de los inputs no interiores
Aceites y grasas	3,1%	28,0%	24,8%
Vinos y alcoholes	10,7%	26,7%	16,0%
Conservas vegetales y de pescado	18,3%	22,1%	3,8%
Industria cárnica	16,4%	39,7%	23,3%
Industria láctea	17,8%	37,8%	20,0%
Molinería, pan y pastas	18,5%	42,9%	24,4%
Cerveza y bebidas analcohólicas	45,4%	54,4%	9,0%
Otras industrias alimenticias	27,8%	59,9%	32,1%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

Como puede observarse, como consecuencia de los dos fenómenos anteriormente citados, se produce un aumento de la participación de los insumos no interiores en todos los subsectores encuadrados en el interior de la IAA, aunque este hecho se produce en diferente medida. En algunos casos, la disminución de la participación de los inputs regionales es moderada (véanse los casos de Conservas Vegetales y de Pescado, así como de Cerveza y Bebidas Analcohólicas). En otros casos, (como Aceites y Grasas, Industrias Cárnicas o Vino, Licores y Alcoholes) la disminución en la participación de los inputs regionales ha sido más fuerte. La finalidad de las siguientes líneas se va a centrar en comprender de una manera más profunda la naturaleza de este proceso. Para ello, va a procederse a la distinción entre subsectores arraigados y no arraigados.

3.1. SUBSECTORES ARRAIGADOS

En el caso de las industrias que han recibido la denominación de “arraigadas” es decir, aquellas que en 1980 compraban más del 80% de sus inputs en el interior de la región, el efecto de los procesos de Reestructuración ha sido especialmente intenso.

CUADRO 5.5: PARTICIPACIÓN SECTORIAL DE LOS INSUMOS REGIONALES EN EL TOTAL DE INSUMOS DE LOS SUBSECTORES ARRAIGADOS EN 1980 Y 1995

Subsector	Participación consumos intermedios interiores en el total 1980	Participación consumos intermedios interiores en el total 1995	Diferencia en la participación de los inputs no interiores
Aceites y grasas	3,1%	28,0%	24,8%
Vinos, Licores y Alcoholes	10,7%	26,7%	16,0%
Conservas Vegetales y de Pescado	18,3%	22,1%	3,8%
Industrias Cárnicas	16,4%	39,7%	23,3%
Industrias Lácteas	17,8%	37,8%	20,0%
Panadería y Molinería	18,5%	42,9%	24,4%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

En el subsector de Aceites y Grasas, por ejemplo, la participación de los insumos no regionales se ha multiplicado casi por nueve. Vinos, Licores y Alcoholes; Industrias Cárnicas, Industrias Lácteas y Panadería y Molinería han seguido la misma senda, aunque el aumento ha sido más modesto. Es decir, las especializaciones con una vinculación más estrecha con la base productiva local han visto especialmente socavada esa relación. Para analizar las razones que están detrás de este hecho, se van a estudiar separadamente, las relaciones que estos subsectores mantienen con la base agropecuaria, con la industria agroalimentaria y con las denominadas industrias auxiliares.

3.1.1. Relaciones con la agricultura

CUADRO 5.6: PARTICIPACIÓN SECTORIAL DE LOS INSUMOS AGRÍCOLAS EN EL TOTAL DE INSUMOS DE LOS SUBSECTORES ARRAIGADOS DE LA IAA EN 1980 Y 1995

Subsector	Porcentaje de inputs agropecuarios respecto al total 1980	Porcentaje de inputs agropecuarios respecto al total 1995	Diferencia	Incremento relativo
Industrias Cárnicas	80,7%	48,5%	-32,2%	-39,9%
Aceites y Grasas	64,5%	55,8%	-8,7%	-13,5%
Industria Láctea	61,5%	56,8%	-4,7%	-7,7%
Panadería y Molinería	54,4%	43,2%	-11,1%	-20,5%
Vino, Licores y Alcoholes	14,3%	28,5%	14,2%	100,0%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

Como puede observarse en el cuadro 5.6, el proceso de cambio técnico, que se ha traducido en una disminución de la importancia de los inputs agropecuarios, ha sido muy importante. En buena medida, esto se ha debido a la importancia de estos insumos en el punto de partida del estudio, 1980. En estas fechas, por ejemplo, en las industrias cárnicas su peso alcanzaba el 80% del total. Quince años más tarde se había producido una transformación radical en la forma de producir de modo que la participación de los inputs agropecuarios se había reducido al 48,5%.

En los restantes subsectores, aunque de forma más moderada, el proceso ha sido similar, reduciéndose la participación de los inputs agropecuarios en los totales. Únicamente en el caso del Vino, Licores y Alcoholes¹² la dinámica regresiva que ha vivido el subsector ha dado origen a una reprimarización de los inputs consumidos por el mismo de forma que los de origen agropecuario han pasado de suponer el 14,2% a representar el 28,5%.

CUADRO 5.7: PARTICIPACIÓN SECTORIAL DE LOS INSUMOS AGRÍCOLAS REGIONALES EN EL TOTAL DE INSUMOS AGRÍCOLAS DE LOS SUBSECTORES ARRAIGADOS DE LA IAA EN 1980 Y 1995

Subsector	Inputs agrarios regionales/inputs agrarios totales (subsector) 1980	Inputs agrarios regionales/inputs agrarios totales (subsector) 1995	Diferencia	Incremento relativo
Industrias Cárnicas	85,5%	53,1%	-32,4%	37,9%
Aceites y Grasas	100,0%	90,3%	-9,8%	9,8%
Industrias Lácteas	90,2%	66,5%	-23,7%	26,3%
Panadería y Molinería	76,9%	32,0%	-45,0%	58,4%
Vino, Licores y Alcoholes	99,9%	95,1%	-4,8%	4,8%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

¹² Posiblemente, en este caso, la institucionalización de las denominaciones de origen ha limitado las transacciones de caldos en proceso de fermentado o crianza. La normativa sobre denominaciones de origen pone una serie de restricciones al tipo de uva utilizado, a la procedencia de las mismas y a la posibilidad de adquisición de mosto o de vino en proceso de crianza a establecimientos no situados en la denominación de origen. Por otro lado, como se verá más adelante se ha asistido al cierre de un gran número de bodegas, lo que ha limitado las transacciones existentes entre las mismas.

Pero no sólo se reduce la importancia de los inputs agrícolas y ganaderos, es decir, no sólo se compran comparativamente menos productos provenientes directamente de estos sectores, sino que, además progresivamente, se compran en mayor medida fuera de los límites de la región. Esto se desprende del cuadro 5.8. En él, se observa como la participación de los inputs agropecuarios regionales en el total de inputs provenientes del sector primario cae en todos los subsectores estudiados. De hecho, algunas de estas reducciones son especialmente importantes, como es el caso de Industrias Cárnicas, las Industrias Lácteas o Panadería y Molinería.

CUADRO 5.8: PARTICIPACIÓN SECTORIAL DE LOS INSUMOS AGRÍCOLAS REGIONALES EN EL TOTAL DE INSUMOS (AGRÍCOLAS Y NO AGRÍCOLAS) DE LOS SUBSECTORES ARRAIGADOS DE LA IAA EN 1980 Y 1995

Subsector	Inputs agrarios regionales/inputs totales 1980	Inputs agrarios regionales/inputs totales 1995	Diferencia	Incremento relativo
Industrias Cárnicas	68,9%	25,8%	-43,2%	62,6%
Aceites y Grasas	64,5%	50,4%	-14,1%	21,9%
Industrias Lácteas	55,5%	37,8%	-17,7%	31,9%
Panadería y Molinería	41,8%	13,8%	-28,0%	67,0%
Vino, Licores y Alcoholes	14,2%	27,1%	12,9%	-90,3%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

Si se agregan los dos efectos anteriores, puede observarse cómo la importancia de los inputs agrarios regionales en el total demandado por estas industrias cae de manera muy acentuada. De este modo, se producen reducciones de la participación de los mismos de entre el 20% y el 67%. En resumen, en poco más de 15 años se ha pasado de una situación en la que una serie de subsectores basaban su “arraigo” en sus intensas relaciones con la base agropecuaria regional a otra muy distinta en la que los inputs agrarios regionales no suponen en, prácticamente ningún caso, más de un 50% del total de insumos consumidos por los subsectores encuadrados en la IAA.

3.1.2. Relaciones con el sector agroalimentario

CUADRO 5.9: PARTICIPACIÓN SECTORIAL DE LOS INSUMOS AGRÍCOLAS REGIONALES EN EL TOTAL DE INSUMOS (AGRÍCOLAS Y NO AGRÍCOLAS) DE LOS SUBSECTORES ARRAIGADOS DE LA IAA EN 1980 Y 1995

	Porcentaje de inputs agroalimentarios respecto al total 1980	Porcentaje de inputs agroalimentarios respecto al total 1995	Diferencia	Incremento relativo
Industria cárnica	6,9%	30,8%	23,9%	346,2%
Aceites y grasas	6,1%	32,3%	26,2%	428,2%
Industrias lácteas	4,4%	7,9%	3,5%	78,5%
Pan y molinería	22,6%	31,0%	8,5%	37,5%
Vino, licores y alcoholes	26,3%	18,4%	-7,9%	-30,0%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

Tal y cómo es tónica general, el cambio técnico ha propiciado la sustitución de inputs agrarios por agroalimentarios. De esta forma, se confirma el progresivo alejamiento de la IAA de la actividad agraria tendiendo o “aspirando” a constituirse en una actividad

industrial arquetípica no limitada en su funcionamiento por su especial relación con la base agropecuaria.

En la mayor parte de los casos, la sustitución de producciones agrarias por agroalimentarias ha sido muy intenso. En concreto, en los casos de Industrias Cárnicas; Conservas Vegetales y de Pescado; Aceites y Grasas; Industrias Lácteas y Panadería y Molinería el aumento de la participación de los insumos agroindustriales ha sido muy significativo, superior en todos los casos al 40% y superando 400% en el caso del subsector de Aceites y Grasas.

Por otra parte, la mayoría de estos inputs provienen del mismo subsector analizado, lo que pone de manifiesto la importancia de las relaciones intrasectoriales en la IAA. Esto es un dato que confirma que los procesos productivos se desintegran y dividen entre distintas organizaciones. Éste es uno de los rasgos distintivos de la Reestructuración. Desde una perspectiva de sistema agroalimentario, se observa cómo las “cadenas de valor” tienden a desarrollarse, apareciendo empresas especializadas en cada una de las fases de la producción que venden sus producciones semiterminadas a empresas situadas al final de la cadena de transformación industrial.

Por ejemplo, en una producción como la conservación de aceitunas, si este producto se compra a los agricultores, sin transformar, se contabiliza como un input agrario. Pero crecientemente, las grandes empresas del sector tienden a comprar aceituna ya aderezada a otras industrias más pequeñas encargadas de esta primera transformación. En este caso, dicha operación se considera una compra al sector agroalimentario y, en concreto, una transacción intraindustrial al mismo sector de Conservas Vegetales y de Pescado. Por tanto, el desarrollo de las transacciones intraindustriales es una manifestación de la especialización en diferentes funciones de las empresas existentes en el interior de la IAA.

Únicamente el subsector de Vino, Licores y Alcoholes ve disminuir la importancia de las transacciones agroalimentarias. De nuevo, la reducción de las operaciones intrasectoriales es la causa fundamental de este comportamiento¹³. No obstante, es necesario reseñar que este sector ha sufrido una fuerte crisis que ha motivado que una buena parte de los establecimientos industriales existentes en el mismo desaparezcan. Por tanto, la posibilidad de transacciones comerciales entre los mismos se reduce al disminuir la densidad del tejido empresarial en el subsector. Además, el sector ha sufrido una serie de modificaciones en su entorno institucional que han limitado la importancia de las transacciones intraindustriales. En concreto, la instauración del sistema de denominaciones de origen que “obliga” a comprar la uva en un entorno territorial concreto (los denominados “marcos”), lo que impide la compra de vino a bodegas situadas fuera del área del “marco”. Esto unido a la desaparición de muchas pequeñas bodegas explica la reducción del porcentaje de consumos agroalimentarios en el caso de la industria vinícola.

¹³ Las razones que han llevado a esta situación al sector vinícola se exponen en el punto 4.1.2.b) del presente capítulo.

**CUADRO 5.10: PARTICIPACIÓN SECTORIAL DE LOS INSUMOS
AGROALIMENTARIOS REGIONALES EN EL TOTAL DE INSUMOS
AGROALIMENTARIOS DE LOS SUBSECTORES ARRAIGADOS
DE LA IAA EN 1980 Y 1995**

	Inputs agroalimentarios regionales/inputs agroalimentarios totales (subsector) 1980	Inputs agroalimentarios regionales/inputs agroalimentarios totales (subsector) 1995	Diferencia	Incremento relativo
Industria cárnica	51,6%	60,5%	8,9%	17,2%
Conservas vegetales y de pescado	72,0%	75,7%	3,7%	5,2%
Aceites y grasas	80,0%	39,5%	-40,5%	-50,6%
Industrias lácteas	6,7%	66,0%	59,3%	881,6%
Pan y molinería	90,8%	78,0%	-12,9%	-14,2%
Otras industrias	89,5%	47,5%	-42,0%	-46,9%
Vino, licores y alcoholes	71,2%	62,1%	-9,1%	-12,8%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

Respecto a la cobertura de la demanda de inputs agroalimentarios con producciones provenientes del interior de la región, la pregunta fundamental a responder sería: ¿Ha sido capaz la Industria Agroalimentaria Andaluza de responder a la creciente importancia de los inputs agroindustriales frente a los agrarios y a la desintegración observada en un buen número de los procesos productivos desarrollados por la misma?

En términos generales, la dinámica competitiva y la apertura comercial del Sistema Agroalimentario ha llevado a la diversificación de las compras de subsectores que, en 1980, adquirirían prácticamente la totalidad de sus inputs agroalimentarios en el interior de la región. Por ejemplo, en el caso de Aceites y Grasas; Pan y Molinería y Vino, Licores y Alcoholes en 1980 las compras de productos agroalimentarios regionales suponían cifras superiores al 70% del total. En todos ellos, la caída en la participación de los consumos agroalimentarios regionales ha rondado o ha sido superior a los 10 puntos. Pero, en Aceites y Grasas, adicionalmente, este descenso ha sido especialmente fuerte. Frente al 80% de los inputs agroalimentarios de origen regional adquiridos en 1980, en 1995 esta proporción va a reducirse al 39,5%. Como, adicionalmente, se trata del subsector en el que más intensamente ha aumentado la importancia de los inputs agroalimentarios (regionales y no regionales) pasando éstos de representar poco más del 6% de los insumos totales en 1980 a más del 32% en 1995, puede concluirse que existe una cierta incapacidad por parte de la IAA a la hora de adaptarse a los cambios en la demanda de producciones agroalimentarias intermedias por parte de esta actividad.

No obstante, en otros casos, como las Industrias Cárnicas o las Industrias Lácteas, se ha producido un aumento de la participación de los inputs regionales en el total de consumos intermedios procedentes de industrias agroalimentarias.

**CUADRO 5.11: PARTICIPACIÓN SECTORIAL DE LOS INSUMOS
AGROALIMENTARIOS REGIONALES EN EL TOTAL DE INSUMOS
(AGROALIMENTARIOS Y NO) DE LOS SUBSECTORES ARRAIGADOS
DE LA IAA EN 1980 Y 1995**

	Inputs agroalimentarios regionales/inputs totales (subsector) 1980	Inputs agroalimentarios regionales/inputs totales (subsector) 1995	Diferencia	Incremento relativo
Industrias Cárnicas	3,6%	18,6%	15,0%	422,8%
Aceites y Grasas	4,9%	12,8%	7,9%	161,0%
Industrias Lácteas	0,3%	5,2%	4,9%	1651,6%
Panadería y Molinería	20,5%	24,2%	3,7%	18,0%
Vino, Licores y Alcoholes	18,7%	11,4%	-7,3%	-38,9%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

En definitiva, pese a la reducida capacidad de respuesta del tejido productivo regional al aumento de la demanda de inputs agroindustriales, el fuerte crecimiento de la importancia de los mismos ha llevado a que se haya incrementado considerablemente la capacidad de arrastre de los diferentes subsectores sobre el conjunto de la actividad de la IAA.

Este hecho ha sido especialmente importante en los casos de Industrias Cárnicas, Aceites y Grasas e Industrias Lácteas. Por tanto, al menos parcialmente, la reducción en el nivel de consumo de inputs interiores motivado por la disminución de la importancia relativa de los insumos agrarios regionales se ha visto compensada por un aumento del peso de los agroalimentarios. Esto se debe, básicamente, al crecimiento de la demanda de los mismos inducido por el cambio técnico, y no a una intensificación de las relaciones con la IAA, aunque, en algunos casos, esto último también se produce.

3.1.3. Relaciones con la industria auxiliar

**CUADRO 5.12: PARTICIPACIÓN SECTORIAL DE LOS INSUMOS
PROCEDENTES DE INDUSTRIAS AUXILIARES EN EL TOTAL DE INSUMOS
DE LOS SUBSECTORES ARRAIGADOS DE LA IAA EN 1980 Y 1995**

	Porcentaje de inputs industrias auxiliares sobre el total de inputs 1980	Porcentaje de inputs industrias auxiliares sobre el total de inputs 1995	Diferencia	Incremento relativo
Industrias Cárnicas	1,3%	4,8%	3,5%	263,5%
Aceites y Grasas	8,9%	3,5%	-5,4%	-61,0%
Industrias Lácteas	13,1%	18,1%	5,0%	38,6%
Panadería y Molinería	4,4%	8,2%	3,7%	84,8%
Vino, Licores y Alcoholes	20,0%	19,3%	-0,8%	-3,8%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

El comportamiento de las relaciones con la industria auxiliar por parte de los subsectores arraigados no tiene un patrón de comportamiento claramente definido. En algunos casos, en que los cambios en la demanda han facilitado las estrategias de valorización de producciones basadas en la búsqueda de la calidad y la diferenciación

de productos¹⁴ (Industrias Cárnicas e Industrias Lácteas) se ha producido un aumento considerable de su peso relativo. Pero en actividades más maduras y más importantes desde el punto de vista de su aportación al valor añadido regional (Vino, Licores y Alcoholes; Aceites y Grasas básicamente) su importancia se reduce considerablemente o se estabiliza. Esto es un indicador de que el acceso directo a los mercados finales por parte de estos subsectores se ha reducido. El posicionamiento de las producciones agroalimentarias en los mercados finales requiere elevados desembolsos destinados a cubrir gastos referidos a la mejora presentación, merchandising, etc. Esto implica un crecimiento de las compras a las industrias auxiliares. En este sentido, la disminución de las compras a las mismas puede entenderse como producto de los siguientes hechos:

- ◆ Buena parte de las producciones se venden “à granel” con lo que el gasto en inputs provenientes de las industrias auxiliares es mínimo.
- ◆ Cuando se llega a los mercados finales prima una tendencia a la “competencia en precios”. Los productos se “posicionan” de forma que el precio es el elemento determinante a la hora de explicar su consumo, lo que provoca que el gasto en este tipo de inputs se minimice.

Sin embargo, recientes estudios muestran la pérdida de capacidad de las diferencias de precios a la hora de explicar los patrones de consumo alimentario. El hecho de que los gastos en alimentos y bebidas representen, en los países desarrollados, una parte cada vez más pequeña de la renta familiar disponible, unido a patrones más amplios de cambio social, explican la reducción de la importancia de la variable precio a la hora de explicar los patrones de consumo (Mili et alia, 1998; Gorenstein, 1999).

La reducción de la participación de los inputs provenientes de industrias auxiliares indicaría en este sentido el no desarrollo de estrategias de “nicho” tendentes a satisfacer la demanda de consumidores específicos sobre la base de sus especiales características sociológicas. En el caso del sector vinícola esto es especialmente cierto. Desde este punto de vista, la dependencia de una variedad tradicional de productos (finos, manzanillas, olorosos, amontillados...) sigue siendo muy importante y, salvo contados casos, no se ha “segmentado” el mercado a la búsqueda de “nichos” en los que la demanda fuera creciente y los márgenes de beneficio más elevados. En el caso del sector de Aceites y Grasas, los esfuerzos se centran en mejorar la proporción de aceite de oliva virgen extra (es decir, directamente consumible) obtenida por las almazaras, pero sin que exista ninguna iniciativa de “lanzamiento” de variedades o desarrollo de nuevos productos dirigidos a segmentos de consumidores concretos.

Frente a ello, en algunos de los casos en los que la importancia de los inputs provenientes de industrias auxiliares aumenta, las estrategias de segmentación se han aplicado intensivamente. Tal es el caso de Industrias Lácteas, donde la segmentación ha

¹⁴ Muchas empresas han optado con la finalidad de mantener sus márgenes de beneficio por dirigirse a un tipo de consumidor que está dispuesto a pagar más siempre y cuando se le asegure que el producto es de mayor calidad. Lo que ocurre es que las propiedades nutritivas reales de las producciones agroalimentarias no pueden realmente ser valoradas perfectamente por los consumidores. Éstos valoran la apariencia, el gusto y poco más. Por ello, los esfuerzos se han dirigido, en muchas ocasiones, tanto a mejorar la calidad de los productos, como la apariencia que irradian los mismos. En este sentido, los envases y embalajes utilizados, la efectividad de la imagen asociada a los mismos y otros elementos ligados a la mercadotecnia, pero que consumen inputs procedentes de las industrias auxiliares, adquieren una gran importancia.

hecho que un producto en principio indiferenciado como la leche (una ‘commodity’ en la jerga del sector) pase a dividir su mercado en múltiples segmentos (leche con calcio, omega 3, para embarazadas, para el crecimiento, desnatadas, etc.). En estos casos, el esfuerzo para posicionar los nuevos productos hace hincapié en el diseño de los envases y en la calidad de los mismos. En resumidas cuentas, el comportamiento de los distintos subsectores está muy relacionado con las estrategias empresariales seguidas en la región.

**CUADRO 5.13: PARTICIPACIÓN SECTORIAL DE LOS INSUMOS
PROCEDENTES DE INDUSTRIAS AUXILIARES REGIONALES EN EL TOTAL
DE INSUMOS DE INDUSTRIAS AUXILIARES DE LOS SUBSECTORES
ARRAIGADOS DE LA IAA EN 1980 Y 1995**

	Porcentaje de inputs industrias auxiliares regionales sobre el total de inputs industrias auxiliares 1980	Porcentaje de inputs industrias auxiliares regionales sobre el total de inputs industrias auxiliares 1995	Diferencia	Incremento relativo
Industrias Cárnicas	77,3%	40,7%	-36,6%	-47,3%
Aceites y Grasas	82,5%	50,2%	-32,3%	-39,2%
Industrias Lácteas	53,8%	26,3%	-27,5%	-51,2%
Panadería y Molinería	45,1%	36,5%	-8,6%	-19,1%
Vino, Licores y Alkoholes	91,2%	60,3%	-30,9%	-33,9%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

En todo caso, es observable que, aunque se establezcan en términos relativos, las compras a las industrias auxiliares se realizan crecientemente fuera de la región. En el caso de Vino, Licores y Alkoholes, Industrias Cárnicas, Aceites y Grasas o Industrias Lácteas la reducción en las compras a las industrias auxiliares regionales supera los 27 puntos. Es decir, la participación de las industrias auxiliares regionales se reduce, en estos casos, a una media de casi 2 puntos por año.

Con lo cual, se pone de manifiesto que el proceso de ‘modernización’ tiene, en este sentido, un coste muy significativo para una realidad como la andaluza. Adoptar estrategias de ‘nicho’ basadas en la potenciación de un consumidor ‘diferenciado’ y que, por tanto, se escapa a la tradicional ‘competencia en precios’ supone la compra creciente de inputs fuera de los límites de la región, ya que la estructura productiva de la misma no es capaz de proporcionar envases, embalajes, diseños etc.¹⁵ capaces de darle a las producciones ese elemento de distinción del que precisan para su venta. Por el contrario, no adoptar estas estrategias supone limitar la posición de las empresas

¹⁵ Incluso en el caso de que la estructura productiva andaluza pudiera suministrar estos insumos, el tejido económico de la región se encontraría en una posición difícil. Porque, sin duda, tendría una cierta posición de ventaja en la provisión de pequeñas y medianas empresas, pero en el caso de las grandes corporaciones agroalimentarias, éstas suelen concentrar las compras de estos productos, realizando grandes pedidos con los que abastecen las factorías localizadas en distintos espacios y productos. Por ejemplo, en el caso de Danone, todas las adquisiciones de plásticos, cartones, tetra-briks etc. están asignados a su central de compras. Ésta realiza, desde París, todas las compras que posteriormente son utilizadas por las distintas factorías, incluida la fábrica de Sevilla. En otros casos, por ejemplo Puleva, las compras se realizan fuera de Andalucía, sencillamente, porque no encuentran proveedores que les surtan en unas condiciones de plazos y precios competitivas.

andaluzas en los circuitos de generación de valor. El crecimiento de la producción lleva, por tanto, implícitos conflictos que no tienen por qué darse en otras realidades.

CUADRO 5.14: PARTICIPACIÓN SECTORIAL DE LOS INSUMOS PROCEDENTES DE INDUSTRIAS AUXILIARES REGIONALES EN EL TOTAL DE INSUMOS DE LOS SUBSECTORES ARRAIGADOS DE LA IAA EN 1980 Y 1995

	Porcentaje de inputs industrias auxiliares regionales sobre el total de inputs 1980	Porcentaje de inputs industrias auxiliares regionales sobre el total de inputs 1995	Diferencia	Incremento relativo
Industrias Cárnicas	1,0%	1,9%	0,9%	91,4%
Aceites y Grasas	7,4%	1,8%	-5,6%	-76,3%
Industrias Lácteas	7,0%	4,8%	-2,3%	-32,3%
Panadería y Molinería	2,0%	3,0%	1,0%	49,5%
Vino, licores y alcoholes	18,3%	11,6%	-6,6%	-36,4%

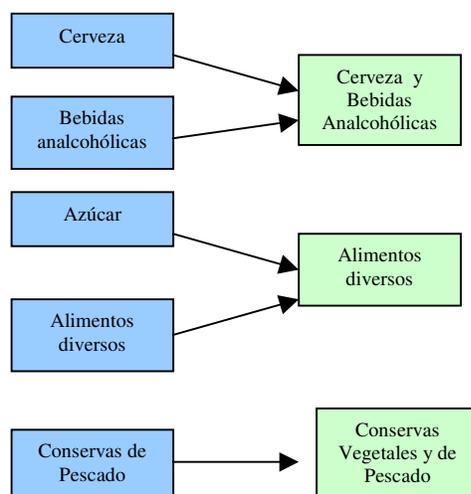
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

En resumen, en casi todos los subsectores, con la excepción de Panadería y Molinería, donde, en todo caso, su peso es muy pequeño, la participación de los insumos procedentes de la industria auxiliar regional disminuye. En algunos casos, esta reducción es especialmente significativa. Las principales especializaciones agroindustriales de la región (Vino, Licores y Alcoholes; Aceites y Grasas o Industrias Lácteas) asisten a caídas importantes en este tipo de consumos. Por tanto, la capacidad de arrastre de la actividad de estos subsectores sobre la producción de las industrias auxiliares se ve reducida considerablemente durante el período 1980-1995, pasando el consumo interior de estos inputs de representar un 6,8% en 1980 a un 3,4% en 1995.

3.2. SUBSECTORES NO ARRAIGADOS

En 1980 se definieron cinco subsectores no arraigados (Alimentos diversos, Azúcar, Bebidas Alcohólicas, Cerveza y Conservas de Pescado). Sin embargo, su estudio resulta difícil ya que las Tablas Input – Output de la economía andaluza referidas a 1995 (TIOAN – 95) han procedido a una mayor agregación estableciéndose la siguiente equivalencia.

GRÁFICO 5.3: EQUIVALENCIAS SECTORIALES ENTRE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA DE 1980 Y 1995



En resumen, la reorganización subsectorial de las nuevas TIOAN imposibilita el estudio general de la evolución del segmento no arraigado de la IAA. Únicamente, puede analizarse qué es lo que ha ocurrido con el subsector de Cerveza y Bebidas Alcohólicas.

3.2.1. Cambios técnicos

CUADRO 5.15: PARTICIPACIÓN SECTORIAL DE LOS INSUMOS EN EL TOTAL DE INSUMOS DEL SUBSECTOR DE CERVEZAS Y BEBIDAS ANALCÓLICAS EN 1980 Y 1995

	Porcentaje de inputs (regionales y no regionales) respecto al total 1980	Porcentaje de inputs (regionales y no regionales) respecto al total 1995	Diferencia	Incremento relativo
Agricultura	8,4%	5,9%	-2,5%	-29,2%
Industria Agroalimentaria	19,7%	15,7%	-4,1%	-20,5%
Industrias Auxiliares	22,8%	48,0%	25,3%	111,0%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

En primer lugar, es de destacar que se trata de actividades muy tecnificadas que, por ello, tienen una relación con la agricultura muy modesta. Ya a la altura de 1980 los inputs agrarios suponían tan sólo el 8,4% de los consumos totales. Pero la participación de los inputs agrarios se reduce todavía más hasta situarse en 1995 en el 5,9%.

La relación con la industria agroalimentaria es más significativa. Suponía en 1980 el 19,7% . En este caso, también se asiste a una bajada de su importancia de la relación con la industria agroalimentaria, lo que constituye una diferencia importante respecto al patrón de funcionamiento de sectores arraigados.

Por otro lado, es de destacar la gran importancia de las industrias auxiliares en actividades donde la segmentación de los mercados sobre la base de las características sociológicas de los consumidores es muy importante. Esto lleva a que la imagen de calidad y el cuidado en la presentación se vuelvan elementos fundamentales, acaparando una cada vez mayor parte de los consumos intermedios realizados por el subsector. Así, si en 1980 estos inputs suponían un 22,8% de los consumos intermedios totales del subsector de Cerveza y Bebidas Alcohólicas, en 1995 este porcentaje va a ascender al 48,0%.

3.2.2. Cambios en las relaciones con la economía regional

CUADRO 5.16: PARTICIPACIÓN SECTORIAL DE LOS INSUMOS REGIONALES EN LOS INSUMOS SECTORIALES DEL SUBSECTOR DE CERVEZAS Y BEBIDAS ANALCÓLICAS EN 1980 Y 1995

	Participación inputs regionales en el total sectorial 1980	Participación inputs regionales en el total sectorial 1995	Diferencia	Incremento relativo
Agricultura	73,8%	26,6%	-47,2%	-64,0%
Industria	0,3%	48,0%	47,7%	19087,0%
Agroalimentaria				
Industrias	44,7%	27,1%	-17,6%	-39,0%
Auxiliares				

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

La relación con los mercados locales disminuye en el caso de la agricultura. De nuevo, se observa el mismo patrón de funcionamiento que los subsectores arraigados. Las producciones agrícolas son “producciones estándar” fácilmente sustituibles, lo que hace que las mismas sean especialmente sensibles frente a iniciativas tales como la creación de centrales de compra.

Sin embargo, la importancia de los inputs agroalimentarios provistos por la industria regional aumenta muy significativamente, lo que significa que la industria agroalimentaria andaluza ha sido capaz de aumentar significativamente su participación en los inputs consumidos por el sector.

Con todo, los inputs auxiliares son ahora suministrados en mayor medida por industrias no regionales. En una región con un sector industrial débil como es el caso de Andalucía, es lógico que la dinámica impuesta por la Reestructuración productiva termine significando una reducción en los inputs industriales provenientes del interior de la región. Cuando más si se tiene presente que la importancia de los mismos aumenta considerablemente, lo que significa que:

- ◆ Aumentan las demandas de las empresas (en cantidad, calidad y precio).
- ◆ Aumenta su importancia global, lo que hace que las organizaciones empresariales realicen estrategias tendentes al control máximo de costes.

3.2.3. Modificaciones globales

CUADRO 5.17: PARTICIPACIÓN SECTORIAL DE LOS INSUMOS REGIONALES EN EL TOTAL DE INSUMOS DEL SUBSECTOR DE CERVEZAS Y BEBIDAS ANALCÓLICAS EN 1980 Y 1995

Subsector	Participación de Inputs regionales sectoriales en el total de insumos 1980	Participación de Inputs regionales sectoriales en el total de insumos 1995	Diferencia	Incremento relativo
Agricultura	6,2%	1,6%	-4,6%	-74,5%
Industria Agroalimentaria	0,1%	7,5%	7,5%	14946,0%
Industrias Auxiliares	10,2%	13,0%	2,8%	28,0%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA A PARTIR DE LAS TABLAS INPUT – OUTPUT DE ANDALUCÍA. AÑOS 1980 Y 1995.

Por tanto, como consecuencia de los cambios derivados de los cambios técnicos y de la respuesta del tejido productivo regional frente a los mismos, nos encontramos frente a los siguientes hechos:

- ◆ Pese a que en de 1980 el peso de los inputs agrarios regionales en el total de insumos de la IAA era pequeño (6,2%) en 1995 va a disminuir hasta convertirse en muy reducido (1,6%).
- ◆ Por el contrario, el peso de los inputs agroalimentarios regionales sufre un incremento muy significativo hasta alcanzar el 7,5% que, pese a ello, no es un valor que pueda considerarse elevado y, en todo caso, es inferior a la práctica totalidad de los subsectores arraigados.
- ◆ En el caso de las industrias auxiliares regionales pese a las oportunidades abiertas por las transformaciones técnicas del subsector, la importancia de los inputs provenientes de industrias regionales aumenta, tan sólo, de forma muy ligera, debido a la incapacidad de tejido productivo regional para hacer frente al crecimiento de la demanda de estos productos.

4. LA LOCALIZACIÓN TERRITORIAL DE LA IAA Y ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS EMPRESARIALES. PRINCIPALES CAMBIOS OBSERVABLES

4.1 ANÁLISIS SUBSECTORIAL

El propósito del presente epígrafe es profundizar en el análisis de los cambios en los patrones de localización experimentados por la IAA. Para ello, va a incluirse explícita y simultáneamente un componente espacial y otro subsectorial. Es decir, va a estudiarse el cambio en los patrones de localización de los distintos subsectores que componen la IAA en el período 1980-1995.

En 1980, se había visto como la localización de los diferentes subsectores productivos dependía fundamentalmente de dos variables: Capacidad competitiva del sector y grado

de arraigo del mismo. Sobre la base de la combinación de estos dos factores se obtenía una clasificación en la que se distinguían, fundamentalmente, cuatro tipos de subsectores: No arraigados de alta productividad, arraigados de alta productividad, no arraigados de baja productividad y arraigados de baja productividad¹⁶. Adicionalmente, al estudiar los patrones de localización de la IAA en 1980 se había puesto de manifiesto que¹⁷:

- ◆ Los subsectores no arraigados de alta productividad (Azúcar, Cerveza y Bebidas Alcohólicas) tendían a situarse en muy pocos espacios (localización concentrada) que coincidían con las grandes aglomeraciones urbanas de la región.
- ◆ Los subsectores arraigados de alta productividad, también mostraban una tendencia a concentrarse, pero en este caso, mayoritariamente cerca de los lugares de producción de la materia prima agraria que servía de base a su proceso productivo.
- ◆ Los subsectores arraigados de baja productividad son, por último, los que presentan un modelo de localización más disperso.

El principal objetivo de este epígrafe es analizar la forma en que cada uno de los grupos de subsectores citados con anterioridad van a sufrir una serie de transformaciones en sus pautas de distribución espacial, que no van a ser, a su vez, sino el reflejo, la proyección, de una dinámica más general, la de los procesos que afectan al conjunto de la actividad agroindustrial.

Para ello, van a tomarse 7 subsectores (Azúcar; Cerveza; Bebidas Alcohólicas; Productos Lácteos; Vino, Licores y Alcoholes; Aceites y Grasas; Panadería y Molinería)¹⁸. En total, estos siete subsectores suponen el 79,2% del total del Valor Añadido generado por la IAA¹⁹. Por tanto su representatividad en el total de la producción regional queda garantizada.

4.1.1. Subsectores no arraigados de alta productividad

Estas actividades, debido a su carácter puramente industrial, ya en 1980, se concentraban en unos pocos entornos urbanos. Durante el período objeto de estudio, no puede pensarse que se haya producido una creación de nuevos establecimientos en entornos rurales. Si esto último hubiera acaecido, se debería haber traducido en la existencia de unos flujos inversores con este destino, lo que, como ha tenido ocasión de analizarse, no ha ocurrido.²⁰ Por tanto, a priori, habría que esperar que estas actividades

¹⁶ La definición precisa de los conceptos productividad y arraigo se realiza en el punto 3 del capítulo 3 (páginas 52-69).

¹⁷ Ver el punto 4.1. del capítulo 3.

¹⁸ Se trata de los mismos siete subsectores estudiados en los capítulos tercero y cuarto.

¹⁹ En realidad se trata del dato obtenido en la Encuesta Industrial para 1992. Al definir otros subsectores tanto la TIOAN -95 como la Encuesta Industrial de Empresas no es posible sustituir el dato por otro referido a 1995.

²⁰ El estudio de la dinámica inversora de estos subsectores se realiza en el epígrafe 4.1.1.a) del capítulo 4.

continúen concentrándose exclusivamente en las ciudades. Veamos hasta qué punto pueden mantenerse estas afirmaciones.

4.1.1.a) Azúcar

CUADRO 5.18: EVOLUCIÓN DE ALGUNOS AGREGADOS MONETARIOS Y ECONÓMICOS RELEVANTES EN EL SUBSECTOR DEL AZÚCAR²¹

	Participación en el valor añadido nacional	Participación en el valor añadido IAA en Andalucía	Participación en el empleo nacional en el subsector	Participación en el empleo generado por la IAA
Año 1980	27,7%	2,6%	33,8%	3,1%
Año 1992	39,4%	5,0%	32,9%	2,5%
Diferencia 80-92	11,7%	2,5%	-0,9%	-0,7%
Variación de la participación del subsector	42,2%	96,9%	-2,7%	-22,0%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE LA BASE DE DATOS EXTRAIDOS DE LA ENCUESTA INDUSTRIAL

En este subsector, Andalucía ya se situaba en una situación de liderazgo en 1980. La participación del valor añadido generado por el subsector azucarero andaluz en el conjunto del Estado era, en esta fecha del 27,7%. Esta cifra es muy superior al peso de la población y el territorio andaluz situado entorno al 18%. Pero, adicionalmente, la fuerte dinámica de acumulación del subsector en la región (la tasa de acumulación se sitúa en el 7,0% frente a la media de la IAA en Andalucía 3,0%²²) ha provocado un

²¹ El análisis se ha realizado comparando 1980 con 1992 debido al cambio de metodología que conlleva el paso de la Encuesta Industrial (elaborada entre 1980 y 1992) a la Encuesta Industrial de Empresas (elaborada a partir de 1993). Los conceptos teóricos contables utilizados por una y otra divergen profundamente, no existiendo en la Encuesta Industrial de Empresas, referencias directas al valor añadido, por ejemplo. Aunque esta dificultad puede ser subsanada mediante la utilización de variables proxies, lo cierto es que, en este caso, su uso no es especialmente aconsejable debido a las siguientes razones:

- ◆ El análisis de la dinámica de acumulación realizada en el capítulo 4 se circunscribe al período 80-92, con lo cual la comparación con una fecha posterior puede introducir elementos que dificulten una visión conjunto de los fenómenos analizados.
- ◆ Adicionalmente, existen fuertes diferencias entre los datos de la Encuesta Industrial de 1992 y los de la Encuesta Industrial de Empresas de 1993. Por ejemplo, la participación en el Valor Añadido del subsector de Aceites y Grasas en 1992, según la Encuesta Industrial, en el Valor Añadido de la IAA es del 12,6%. Un año más tarde, según la Encuesta Industrial de Empresas esta cifra (bueno, una aproximación a la misma a partir de las variables utilizada por esta nueva fuente estadística) se eleva al 14,3%. No se trata de un caso aislado, sino que se repite en otros subsectores, como productos lácteos o Azúcar.
- ◆ Por último, las estimaciones de la nueva encuesta industrial de empresas son más volátiles. Cambian, en este sentido, con mucha intensidad de un año para otro. Como botón de muestra véase que la participación del subsector de Aceites y Grasas en el Valor Añadido del Estado español (considerando como tal la diferencia entre Ingresos de Explotación y Gastos de Explotación, sin considerar en los mismos los gastos salariales) del subsector de Aceites y Grasas en 1995 es del 35,5%, mientras que en 1994 este mismo valor ascendía a más del 55%. Esto dificulta la realización de análisis estructurales como el presente.

²² Estos porcentajes han sido obtenidos sobre la base de la información contenida en la Encuesta Industrial. Como ya se ha indicado, la tasa de acumulación se define como la Formación Bruta de Capital

aumento de la especialización de Andalucía respecto al conjunto nacional. Así, si en 1980 27,7 de cada 100 pesetas que generaba el subsector azucarero tenían su origen en Andalucía, en 1995 este porcentaje va a ascender a 39,4. Pero no sólo aumenta la participación del subsector en términos de valor añadido, sino también la productividad de los establecimientos situados en la región, tanto en términos relativos como absolutos. En términos absolutos, la productividad²³ de la industria azucarera regional ha crecido un 280,9% en pesetas constantes, es decir, casi se ha cuatriplicado. Esto ha permitido que el valor añadido, durante el período 1980-1992, haya progresado un 83% en pesetas constantes. Nos encontramos, por tanto, frente a una secuencia de crecimiento y cambio técnico (Massey, 1978) pero esto en un contexto como el andaluz no va a tener siempre unas consecuencias favorables.

Como puede observarse, este aumento de la productividad (valor añadido/ personas ocupadas) es muy superior al del valor añadido, el numerador del cociente anterior. Esto indica que éste se ha basado en la reducción de los trabajadores empleados. Así, se ha pasado de emplear a 2.156 personas en 1980 a emplear 906 personas²⁴ en 1995. Pero, con todo, la reducción en los volúmenes de empleo no es significativamente más fuerte que la registrada para el conjunto del Estado²⁵. Por ello, desde la perspectiva del empleo, la participación de la región se mantiene más o menos constante entorno al 32-33%²⁶.

Es decir, se ha producido en este subsector una dinámica de acumulación de capital especialmente intensa que le ha llevado a aumentar significativamente su posición competitiva y, por tanto, su cuota de mercado. Este círculo aparentemente "virtuoso"²⁷ ha tenido la siguiente traslación espacial. Como consecuencia de la dinámica de acumulación, se han producido dos fenómenos a destacar. En primer lugar, se ha reducido el ya pequeño número de establecimientos existente en 1980. De esta forma, si en este año se contabilizaban 16 establecimientos, en 1995 sólo van a registrarse 7. Por tanto, la fuerza de la competencia y la intensidad de los procesos de racionalización acometidos ha dado lugar a que desaparezcan más de la mitad de los establecimientos existentes en 1980. En buena medida, y esta es la segunda observación a realizar, esto se debe a que a la altura de 1980 todavía existían una serie de establecimientos que se dedicaban a transformar el azúcar de caña obtenido del cultivo de esta planta en las zonas subtropicales de las provincias de Málaga y Granada.²⁸ En 1995, sólo quedaba un

entre la Producción Bruta. En nuestro caso, se trata de la tasa de acumulación media calculada para el período 80-92.

²³ La productividad se mide a través del ratio valor añadido / personas ocupadas.

²⁴ Dato obtenido a partir del directorio de empresas del IEA que, en este caso, dado el reducido número de establecimientos puede considerarse a todos los efectos como un censo.

²⁵ En el caso del subsector del Azúcar.

²⁶ Encuesta Industrial, 1992

²⁷ Virtuoso siempre y cuando se asuma acriticamente una lógica capitalista. Supone un crecimiento de la producción tanto en términos absolutos como relativos y una mejora de la productividad. Pero este crecimiento de la producción tiene una serie de costes sociales a los que pretende hacer referencia este estudio.

²⁸ Datos obtenidos de la actualización del Censo Industrial de 1978 para 1980 y de la Base de Datos con la que se elabora la Encuesta Industrial para el año 1995.

único establecimiento dedicado al refinado del azúcar procedente de la caña, situado en Salobreña (Granada) que era propiedad de la empresa Azucarera del Guadalfeo, S.A. (Alimarket, 1996). Por tanto, la desaparición de las tradicionales azucareras de caña es una de las razones de la pérdida de diversidad del sector. Adicionalmente, se ha producido un fuerte proceso de concentración empresarial. En 1995, existían tan sólo 4 empresas presentes en la región que, a grandes rasgos, coinciden con los principales grupos azucareros españoles.²⁹

CUADRO 5.19: PRINCIPALES EMPRESAS AZUCARERAS PRESENTES EN ANDALUCÍA

Empresa	Establecimientos en la Región	Facturación 1995
Ebro Agrícola, Cía de Alimentación, SA	Arcos de la Frontera (Cádiz), La Rinconada (Sevilla), Jédula (Cádiz)	96.519
Soc. Gral. Azucarera de España, SA	Villarrubia (Córdoba, cerrada en 1995)	39.721
Azucareras Reunidas de Jaen, SA	Jerez de la Frontera (Cádiz)	9.974
Azucarera del Guadalfeo, SA	Linares	2.175
	Almuñecar	

FUENTE: ALIMARKET 1996.³⁰

Estos grupos han desarrollado estrategias tendentes al control de sus costes, en un intento de aumentar su rentabilidad. Por ello, han procedido al cierre de algunas de sus instalaciones. En concreto, en el período objeto de estudio, los grupos citados procedieron al cierre de 3 establecimientos.

CUADRO 5.20: PLANTAS AZUCARERAS DE REMOLACHA EXISTENTES EN ANDALUCÍA EN EL PERÍODO 80-95

Municipio	Empresa propietaria del establecimiento	Fecha de cierre
La Rinconada	EA	En activo
Los Rosales	EA	1987
Villarrubia	EA	1995
Arcos de la Frontera	EA	En activo
Jédula	EA	En activo
Jerez de la Frontera	SGAE	En activo
El Carpio	Otros	1992
Linares	ARJ	En activo

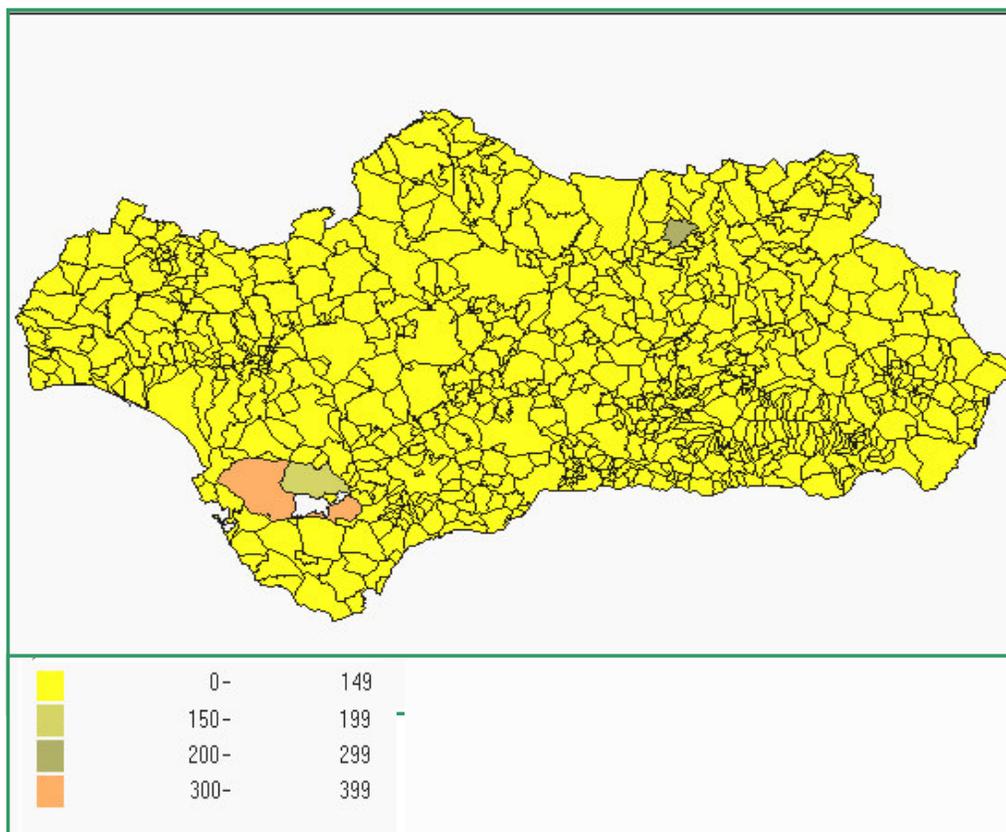
FUENTE: LA INDUSTRIA AZUCARERA EN ESPAÑA. AZUCARERA EBRO AGRÍCOLAS, S.A.

²⁹ Hay algunas empresas significativas a nivel nacional que no tienen presencia en la región como la Cooperativa Onésimo Redondo (ACOR) que concentra sus intereses en la zona de Castilla – León. Con todo, con posterioridad a 1995, las empresas Ebro Agrícolas y Compañía General Azucarera comienzan un proceso de fusión auspiciado por el Ministerio de Agricultura. En este sentido, la posición adoptada por los diferentes titulares de la cartera de agricultura en el período que va desde 1993 a 1998 es claramente favorable al control por accionistas nacionales de la Compañía General Azucarera por una parte y a la fusión de ésta con Ebro Agrícolas por la otra. (Revisión efectuada de la prensa económica para el período 87-98). Por tanto, si se observa el cuadro 3.3.3. y se tiene presente la fusión de las empresas señaladas se deduce que, en la actualidad, sólo existen tres empresas de azúcar presentes en la región: Azucarera Ebro Agrícolas, Azucareras Reunidas de Jaén y Azucarera del Guadalfeo.

³⁰ La identificación de los establecimientos se ha realizado siguiendo distintas vías. El INE proporciona la información innominada, pero dada la naturaleza de los establecimientos, de gran tamaño, los mismos resultan muy fáciles de identificar utilizando, por ejemplo, las páginas amarillas.

El cierre de estas factorías es la segunda causa de la disminución del número de establecimientos en el subsector³¹. En 1995, de este modo, la concentración de la actividad era máxima, pues si bien existían todavía 7 establecimientos, en realidad, tres de ellos absorbían la práctica totalidad el empleo. La distribución territorial de éste se sintetiza en el siguiente cuadro.

MAPA 5.1: DISTRIBUCIÓN DEL EMPLEO EN EL SUBSECTOR DEL AZÚCAR EN 1995



FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA

CUADRO 5.21: DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DEL EMPLEO EN EL SECTOR DEL AZÚCAR

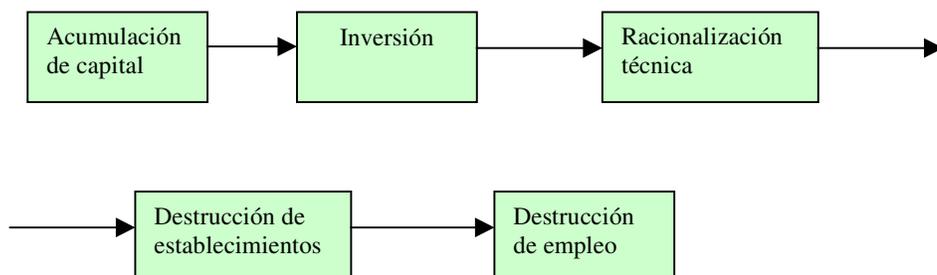
Municipio	Empleo	Porcentaje acumulado sobre el empleo total del sector
Jerez de la Frontera	303	44,8%
Linares	207	75,3%
Arcos de la Frontera	154	98,1%

FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA

³¹ Así como la desaparición de tres azucareras independientes que, al no integrarse en ninguno de los grupos industriales existentes se han visto abocadas a desaparecer.

En definitiva la secuencia de transformación de las pautas de localización del subsector de azúcar puede sintetizarse del siguiente modo

GRÁFICO 5.4: ELEMENTOS CLAVE DE LA DINÁMICA TRANSFORMADORA EN EL SUBSECTOR DEL AZÚCAR



En este sentido, se da la paradoja de que la mayor tasa de acumulación³² se da en un subsector que a la altura de 1995 tiene una participación prácticamente simbólica en el total del empleo agroindustrial (poco más del 2,5%³³ en 1992 que se reduce en 1995 a un 1,5%³⁴, lo que contrasta con su participación en el valor añadido bruto un 5,2%³⁵). Adicionalmente, la traslación que esto tiene sobre la estructura de localización de los establecimientos es muy clara. Como consecuencia de las racionalización creciente de la producción, existen cada vez menos establecimientos concentrados en áreas urbanas muy concretas (Jerez de la Frontera y Linares)

4.1.1.b) *Cerveza*

CUADRO 5.22: EVOLUCIÓN DE ALGUNAS MACROMAGNITUDES RELEVANTES EN EL SUBSECTOR DE LA CERVEZA³⁶

	Participación en el valor añadido nacional	Participación en el valor añadido IAA en Andalucía	Participación en el empleo nacional en el subsector	Participación en el empleo generado por la IAA
Año 1980	24,6%	7,6%	23,7%	5,0%
Año 1992	31,3%	13,6%	30,8%	6,0%
Diferencia 80-92	6,7%	6,0%	7,2%	0,9%
	27,4%	78,1%	30,2%	18,3%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE LA BASE DATOS EXTRAIDOS DE LA ENCUESTA INDUSTRIAL

³² La tasa de acumulación media del sector azucarero según se expone en el capítulo 2.2. asciende a un 7,02% que contrasta con el 2,14% de Vino, Licores y Alcoholes o el 1,17% de Aceites y Grasas.

³³ Encuesta Industrial, 1992

³⁴ Base de datos IEA.

³⁵ Se utiliza el dato obtenido de la Encuesta Industrial de 1992, último disponible.

³⁶ Idem nota 19.

Respecto del cuadro 5.22, es necesario realizar una serie de comentarios. En primer lugar, la Cerveza ya era un subsector “privilegiado” a la altura de 1980. En esta fecha Andalucía aportaba casi una cuarta parte del valor añadido y el empleo “cervecero” del conjunto del Estado³⁷. Dicha situación de liderazgo se ha acentuado en el período objeto de estudio, asistiéndose a un aumento de esta participación. De este modo, a la altura de 1992 la participación de Andalucía en el valor añadido generado por la elaboración de cervezas en el conjunto del Estado se elevaba al 31,3%.

También, en este caso, este aumento se ha producido sobre la base de un proceso de fuerte crecimiento de la productividad, un 166,7 %³⁸ en el período objeto de estudio. Este comportamiento es una de las causas que ha permitido un intenso aumento del valor añadido de un 182%.

Por tanto, ha habido un fuerte aumento de la producción del sector lo que, a su vez, indica un importante dinamismo de la demanda interna. Las tasas de crecimiento del valor añadido, por un lado, y de la productividad, por el otro, indican que el número de trabajadores en el sector se mantiene, aproximadamente constante, entorno a la cifra de las 3.500 personas ocupadas. Esto quiere decir que nos encontramos frente a un caso en el que el incremento de la producción ha sido tan importante (182% frente al 83% del Azúcar) que, pese a la fuerte progresión de la productividad, (166% que, a su vez, se encuentra todavía lejos del 280% del Azúcar) se han podido mantener los niveles de empleo. La no disminución del empleo se explica, por tanto, al menos parcialmente, por la fuerte coyuntura de aumento del valor añadido y de la demanda observable en el subsector de la Cerveza.

Aunque ésta no es la única causa de que los procesos de racionalización productiva no hayan incidido significativamente en los niveles de empleo.³⁹ Es más, a partir de visitas directas a las factorías, se puso de manifiesto cómo la automatización de los procesos ha conducido a una reducción significativa de la mano de obra utilizada en el proceso estrictamente fabril.⁴⁰ Por tanto, en buena medida, la capacidad de las empresas para

³⁷ Frente a ello, se recuerda que la participación de la población andaluza en el conjunto nacional se situaba alrededor del 18%.

³⁸ Se trata de un incremento de la productividad que no es esencialmente distinto de la media para el conjunto del Estado.

³⁹ Según alguno de los expertos consultados existen factores económicos, sociales e institucionales que pueden explicar, al menos parcialmente, esta paradoja. Por un lado, el personal contratado en las fábricas tiene una “antigüedad” importante, lo que supone que su coste de despido, dada la normativa vigente es muy elevado. Esto actúa como elemento disuasor de estrategias “duras” de racionalización del empleo. Por otro lado, la evolución del consumo de cerveza en España ha sido muy favorable durante todo el período, lo que ha propiciado un crecimiento de los beneficios empresariales, sin que se haya tenido que recurrir a la “cirugía mayor”. Por último, en algunas cerveceras, especialmente en Cruzcampo existía una tradición de buenas relaciones con los trabajadores. Se trataba de un caso inusual y que favorecía tanto a la gerencia como a los propios empleados. A estos últimos porque suponía una mejora de sus condiciones de trabajo. A la empresa, porque permitía, de facto, una flexibilización de su proceso productivo, contando con una fuerza de trabajo que tenía “derechos adquiridos” para oponerse a ello. Todo esto ha creado un marco social e institucional en el interior del subsector en las que las estrategias de reducción drástica del empleo no hayan sido consideradas.

⁴⁰ En concreto, en una visita guiada a la factoría de Cruzcampo en Sevilla pudo observarse cómo, en la actualidad, el proceso de fermentación de la malta (uno de los principales a la hora de producir cerveza)

reubicar a sus trabajadores y asignarles nuevas funciones está detrás del mantenimiento de los niveles de empleo en el subsector.⁴¹

Pero, aunque la racionalización productiva no haya supuesto una reducción en el número de empleos, sí que ha significado una reducción en el número de establecimientos. En 1980 había 10 establecimientos, mientras que en 1995 ya sólo existían 5. Además, se trata de “fábricas” de grupos empresariales concretos. Nos referimos a las factorías de Cruzcampo en Sevilla y Jaén, de San Miguel en Málaga, de Sureña en Córdoba y de Cervezas Alhambra en Granada.

La situación ha cambiado respecto a 1980 en algunos aspectos. En primer lugar, porque han desaparecido una serie de pequeñas cerveceras que han sido absorbidas por grupos mayores. Es el caso de Industrial Cerveza Sevillana (ICSSA) que producía la marca “La Estrella del Sur” que fue absorbida por Cruzcampo, para posteriormente proceder al cierre de sus instalaciones y concentrar toda su producción en la factoría del grupo en Sevilla.

Pero también porque las altas tasas de crecimiento de la actividad (8,51% anual acumulativo) y las altas tasas de rentabilidad (30,46%) han hecho que las industrias cerveceras de la Comunidad se conviertan en actividades muy atractivas para grandes corporaciones agroalimentarias. No es de extrañar, en este sentido, que en 1991 se produzca la venta de Cruzcampo al Grupo Guinness por una cifra cercana a los 100.000 millones de pesetas. Igualmente, en 1993 se produce la venta de San Miguel por una cifra de 47.000⁴² millones de pesetas.⁴³

Si se mira este proceso a muy largo plazo puede obtenerse la siguiente perspectiva. La cerveza es un producto con un peso escaso en la dieta mediterránea (Farré, 1992) que no constituye por tanto, un consumo tradicional ni en la región ni en el conjunto del Estado. Por tanto, la popularización del consumo masivo de cerveza es un hecho que se remonta a la segunda mitad del presente siglo. El desarrollo de empresas en este subsector responde a iniciativas aisladas de los capitales locales⁴⁴ de explotación de nichos de mercado, originariamente reducidos, pero que con el paso del tiempo pasan a tener una importancia considerable.⁴⁵

se encontraba totalmente automatizado e informatizado, empleando tan sólo a dos trabajadores. Preguntados los responsables acerca del número de trabajadores empleados en este proceso con anterioridad a la introducción de esta tecnología (finales de los 80) afirmaron que “trabajaban aquí sobre la veintena”, aunque con anterioridad “habían llegado a trabajar aquí incluso cincuenta personas”

⁴¹ El hecho de que se trate de empresas que, como Cruzcampo, centralizan sus tareas directivas en la región puede ayudar a explicar esta diferencia.

⁴² Para precisar más, la multinacional alimentaria BSN (Danone) pagó 47.000 millones de pesetas por un 52% de las acciones de la compañía en manos de las familias Soriano, Cortina y Zuluota (Expansión, 11-05-94)

⁴³ Información recopilada a partir de una revisión de la prensa económica para el período 1987-1998.

⁴⁴ Por ejemplo, Cruzcampo fue fundada en 1904 por un eminente miembro de la burguesía agraria local D. Tomás de Osborne (Página Web de la compañía)

⁴⁵ Hasta el punto de que en 1992 la cerveza aportaba un 13,61% del Valor Añadido generado por la Industria Agrolimentaria en Andalucía y un 7,95% de la misma magnitud estimada a escala nacional (Encuesta Industrial). En 1980 estas participaciones eran de 7,64% y de 5,82% respectivamente.

Es precisamente en el momento en el que, dada la expansión del consumo, el volumen del mercado “controlado” por empresas en manos de capitales regionales pasa a ser significativo cuando las grandes corporaciones agroalimentarias europeas ponen en marcha una estrategia de “toma de participaciones” primero y de control después⁴⁶ de las empresas cerveceras presentes en Andalucía. La no existencia, en este caso concreto, de mecanismos institucionales que faciliten el mantenimiento de la independencia accionarial de las empresas⁴⁷ hace que, en poco tiempo, todas las organizaciones del sector pasen a estar integradas en grandes corporaciones empresariales, fundamentalmente europeas.

Por tanto, si en un primer momento se puede afirmar que el subsector explotaba un mercado pequeño, “cautivo” y fuertemente dependiente de gustos locales, estando en la práctica refugiado o al abrigo de la competencia, es precisamente su éxito en la provisión de cerveza a unos precios competitivos y la creación de mercado inducida por esta actividad, la que lo pone en el punto de mira de los principales grupos europeos.

Adicionalmente, el Valor Añadido por la Industria Agroalimentaria, es decir, indirectamente, el mercado creció en este período un 52,95%

⁴⁶ El caso de San Miguel reconstruido en este caso sobre la base de recortes de prensa es especialmente indicativo. La multinacional BSN entra en la compañía en 1991 con la compra de un 34%. Se encuentra en una situación de accionista minoritario frente a las familias Soriano, Cortina y Zuloeta que son las que controlan la gestión de la empresa. En 1994 las tres familias que controlaban el 52% del capital de la compañía venden su participación a BSN por 47.000 millones de ptas (Expansión, 11-05-94)

⁴⁷ En concreto, no existían mecanismos de control accionarial sólidos de las principales empresas del subsector. En el caso concreto de Cruzcampo, el capital se distribuía entre una serie de accionistas particulares que, dada su escasa participación, no tenían el control de la compañía. Adicionalmente, un 25% del capital pertenecía a una compañía norteamericana, que, como principal accionista estaba interesada en una venta que le suponía una importante fuente de beneficios extraordinarios. En el caso de San Miguel, el problema residía en que se trataba de una empresa creada sobre la base de capitales familiares. Esto hacía que al encontrarse al mando la tercera generación de la familia, el capital se hubiese repartido entre los distintos miembros de la misma. Una situación así es muy favorable para propiciar la compra de la compañía, ya que, es posible presionar a cada uno de los accionistas individuales por separado para de este modo alcanzar la mayoría del capital. (Información recopilada a partir de una revisión de la prensa económica para el período 87-98)

CUADRO 5.23: PRINCIPALES GRUPOS EMPRESARIALES DEL SUBSECTOR DE LA CERVEZA PRESENTES EN ANDALUCÍA EN 1995

Empresa	Accionistas	Plantas de Producción en la Región	Ventas 1995
Grupo Cruzcampo, S.A.	<ul style="list-style-type: none"> • 81,06% Guinness Pcl (Uk) • 10'52% United Breweries Ltd (Din) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sevilla • Jaén 	60.700 millones de ptas.
San Miguel, S.A.	<ul style="list-style-type: none"> • 42,27% Groupe Danone (Francia) • 18,11% Mahou, S.A. • 16,53% Familia Soriano (Filipinas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Málaga 	35.964 millones de ptas.
Compañía Andaluza De Cervezas	<ul style="list-style-type: none"> • 100% Bavaria, Sa (Colombia) 	Córdoba	2.900 millones de ptas.
Cervezas Alhambra, S.A.	<ul style="list-style-type: none"> • 100% Grupo Penta (España – Noruega – USA) 	Granada	2.347 millones de ptas.

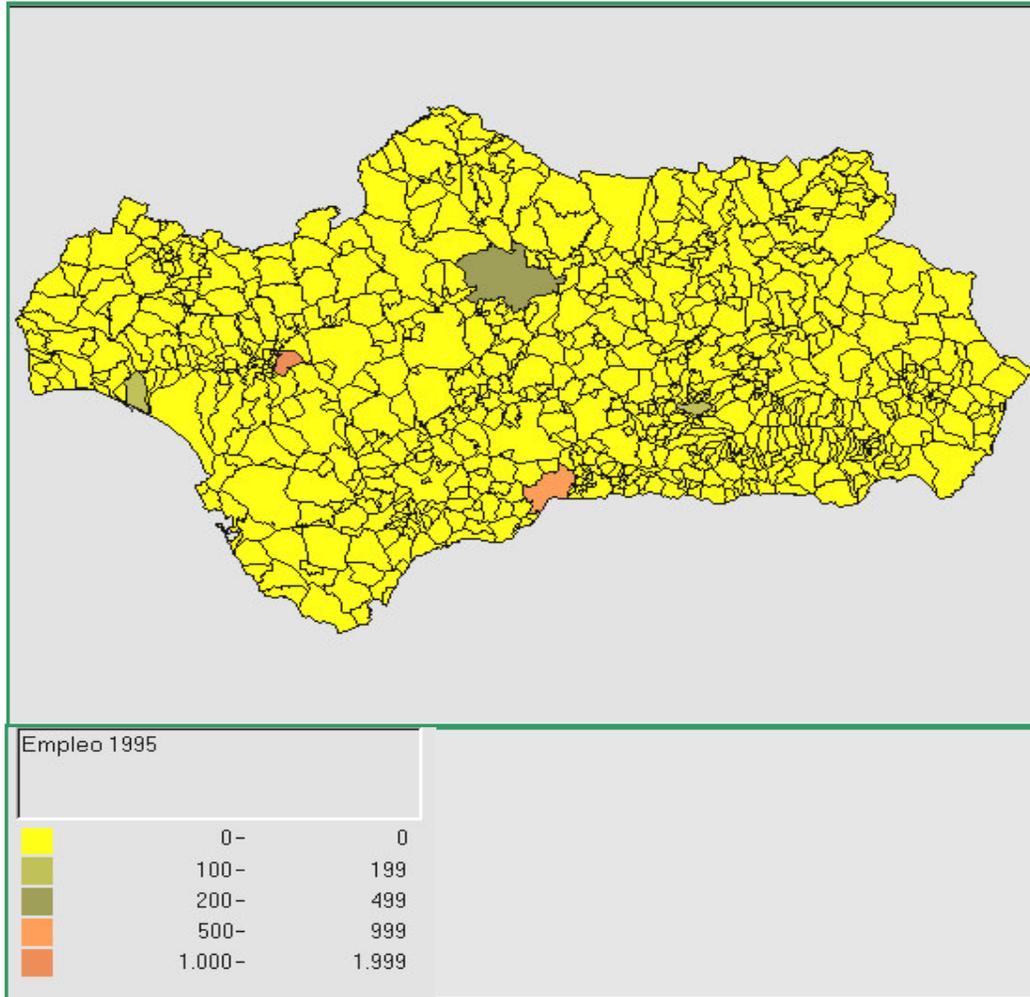
FUENTE: ALIMARKET 1996

Como puede observarse, en 1995 es la actividad de cuatro empresas (encuadradas en grandes corporaciones transnacionales) la que explica el fuerte desarrollo de la actividad cervecera en la región. La reducción en el número de establecimientos se explica, igualmente, por una lógica de racionalización de la producción que es, posiblemente, independiente de la nacionalidad de los principales accionistas⁴⁸. Lo que sí parece evidente, es que, en todo caso, la reducción del número de establecimientos se explica por las propias iniciativas de reestructuración llevadas a cabo por las empresas cerveceras presentes en la región. Por ejemplo, en el caso de Cruzcampo, la principal empresa del sector, se ha producido desde 1991 el cierre de las factorías de su filial Industrial Cervecería Sevillana (ICSSA), y de Franquelo, S.A.⁴⁹ convertidas, desde entonces, en centros de distribución. Esta política de cierres ha provocado, a su vez, una concentración espacial del empleo que, actualmente, se circunscribe a cinco ciudades merced a la localización en las mismas de cinco establecimientos de cuatro empresas concretas.

⁴⁸ Así se desprende, por ejemplo, del hecho de que afecte a otras actividades como el azúcar donde los accionistas de referencia son españoles o, donde la gestión de las compañías se encuentra accionarialmente cubierta por capitales españoles.

⁴⁹ Fuente Alimarket, 1996.

MAPA 5.2: DISTRIBUCIÓN DEL EMPLEO EN EL SUBSECTOR DE CERVEZA EN 1995



FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA

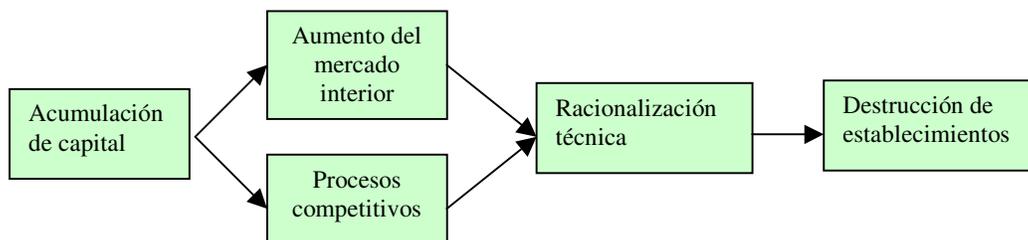
CUADRO 5.24: DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DEL EMPLEO EN EL SUBSECTOR DE LA CERVEZA

	Empleo	Porcentaje acumulado sobre el empleo total del sector
Sevilla	1289	53,9%
Málaga	545	76,7%
Córdoba	284	88,6%
Granada	145	94,7%
Jaén	128	100,0%

FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA

En resumen, la secuencia de transformación en el interior del subsector cervecero andaluz puede sintetizarse como sigue.

GRÁFICO 5.5: ELEMENTOS CLAVE DE LA DINÁMICA TRANSFORMADORA EN EL SUBSECTOR DE LA CERVEZA⁵⁰



Por tanto, a diferencia del Azúcar la buena coyuntura vivida ha significado que la racionalización técnica del sector haya sido menos traumática en términos de empleo, de forma que la Reestructuración del mismo no ha supuesto un excesivo coste social. Salvo esta diferencia, la secuencia que marca los procesos de transformación en el caso de los subsectores de Azúcar y Cerveza es semejante y, en ambos casos, se ha traducido en una destrucción de establecimientos y desaparición de empresas. Esto da a entender que, en los años venideros, en el que los cambios en los patrones de demanda no favorecen especialmente el consumo de cerveza⁵¹, los niveles de empleo en el sector comenzarán a verse seriamente afectados. Porque, si se reduce el mercado y se intensifica la competencia, los procesos de racionalización productiva serán, posiblemente, menos respetuosos con los trabajadores en su intento de reducción de los costes unitarios de fabricación.

Como botón de muestra de lo dicho puede tomarse la política desarrollada con posterioridad a 1995 por la principal empresa del subsector, Cruzcampo⁵². Si efectivamente, se llevan a la práctica estos vaticinios a lo único a lo que, realmente, habremos asistido es a una postergación en el tiempo, motivada por la buena coyuntura económica, de un proceso de ajuste productivo que lleva implícito un coste importante en términos de empleo.

⁵⁰ Realmente se trata de una descripción muy simplificada puesto que, en realidad, se trata de procesos que se retroalimentan. En este sentido, la acumulación de capital produce incrementos en el volumen de los mercados, pero este incremento de la demanda, a su vez, facilita la realización del excedente y, por tanto, los procesos de acumulación de capital.

⁵¹ El estudio de la evolución de la demanda alimentaria se realiza en *La alimentación en España* (1992) Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

⁵² En este sentido, puede entenderse la noticia publicada en el diario de información económica *Expansión*, el 12-02-98. que reproducimos parcialmente. “Cruzcampo ha puesto en marcha un plan de choque que prevé unas inversiones de 21.000 millones, el 76% en producción y el resto en marketing, y una reducción inicial de plantilla del 11%. El plan tiene como objetivo alcanzar unos beneficios operativos de diez mil millones, con unas ventas de ochenta mil millones en el 2000. En este ejercicio, la plantilla deberá estar integrada por menos de dos mil empleados, distribuidos en las actuales cinco plantas. El plan contempla también una reducción del 15% de los gastos de personal sobre las ventas, hasta situarlos en el 30%, una mayor flexibilidad laboral, contratos estandarizados, moderación salarial y retribución variable con acciones. Cruzcampo, que copa una cuota de mercado del 24%, tiene ya perfilados diez proyectos, que abarcan desde el agua mineral hasta los refrescos y licores con alcohol.”

4.1.1.c) *Bebidas Analcohólicas***CUADRO 5.25: EVOLUCIÓN DE ALGUNAS MACROMAGNITUDES RELEVANTES EN EL SUBSECTOR DE LAS BEBIDAS ANALCOHÓLICAS⁵³**

	Participación en el valor añadido nacional	Participación en el valor añadido IAA en Andalucía	Participación en el empleo nacional en el subsector	Participación en el empleo generado por la IAA
Año 1980	11,9%	5,0%	11,6%	3,7%
Año 1992	14,1%	6,1%	13,3%	3,8%
Diferencia 80-92	2,3%	1,1%	1,7%	0,0%
	18,9%	22,2%	14,5%	0,8%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE LA BASE DATOS EXTRAIDOS DE LA ENCUESTA INDUSTRIAL.

El comportamiento del presente subsector sigue las pautas de los dos anteriores, aunque de forma más moderada. Por tanto, aumenta su peso relativo tanto a escala regional (participación en el valor añadido de la IAA) como nacional (participación en el valor añadido generado por el subsector para el conjunto del Estado).

A su vez, esta dinámica debe ponerse en relación con las fuertes tasas de acumulación existentes en el interior del mismo (6,4%⁵⁴). Esto ha originado un fuerte aumento de la productividad (115%)⁵⁵, que se contrapone a un crecimiento del valor añadido mucho más moderado (89%)⁵⁶. Esto da a entender que se ha producido una reducción importante en los niveles de empleo. En concreto, se aprecia una disminución en el empleo de más de un 40%. desde las 2.508 personas ocupadas en 1980 hasta las 1.576 contabilizadas en 1995⁵⁷.

Adicionalmente, se ha reducido fuertemente el número de establecimientos que pasan de ser 77 en 1980 a 47 en 1995. Por tanto, existe un paralelismo bastante importante con el comportamiento de los dos subsectores anteriores.

⁵³ Idem nota 19

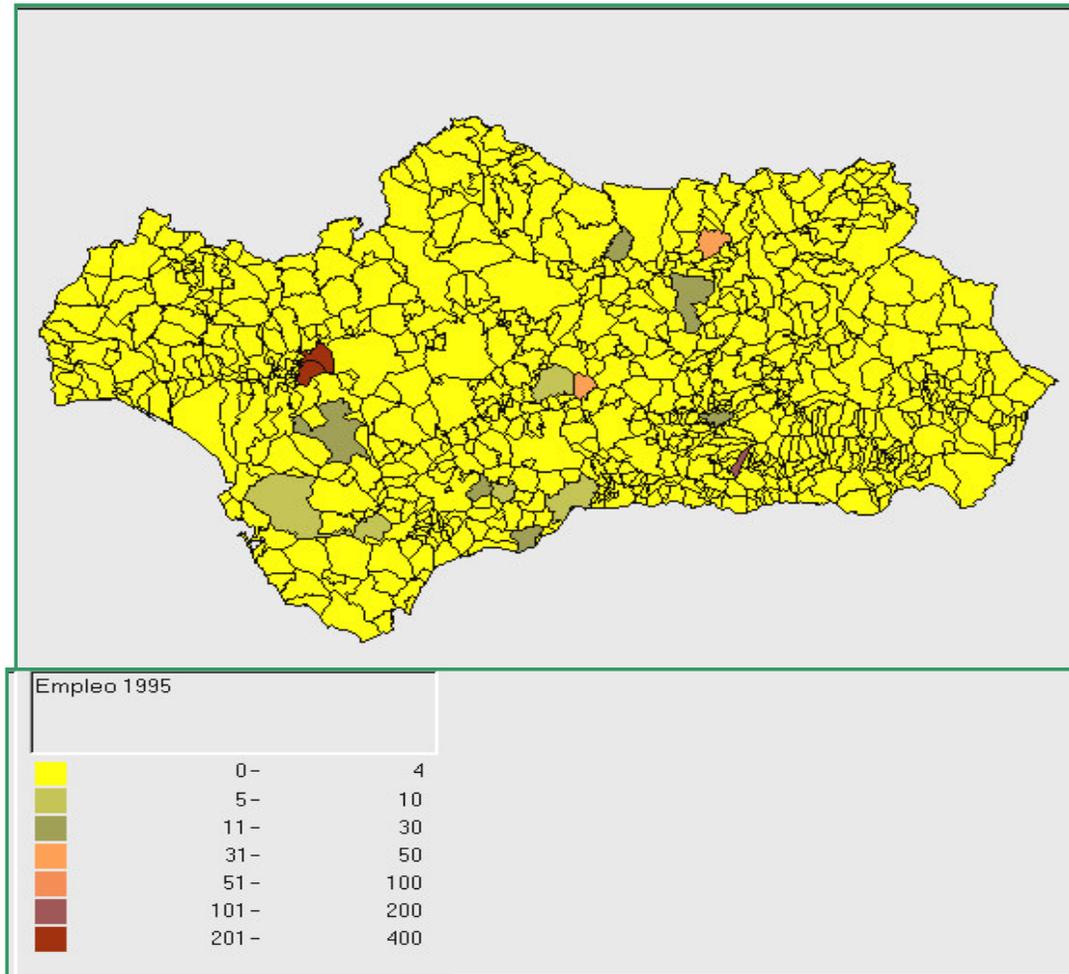
⁵⁴ Media obtenida para el período 80-92 sobre la base de los datos contenidos en la Encuesta Industrial. La tasa de acumulación se define como Formación Bruta de Capital entre Producción Bruta.

⁵⁵ Encuesta Industrial, INE

⁵⁶ Idem nota anterior.

⁵⁷ Este es el resultado del ajuste del dato que ha sido proporcionado por el INE para 1995.

MAPA 5.3: DISTRIBUCIÓN DEL EMPLEO EN EL SUBSECTOR DE BEBIDAS ANALCOHÓLICAS EN 1995



FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA

CUADRO 5.26: MUNICIPIOS CON UN MAYOR NÚMERO DE EMPLEOS EN EL SUBSECTOR DE BEBIDAS ANALCOHÓLICAS

Municipio	Establecimientos	Nº de trabajadores	Participación acumulada empleo regional
Sevilla	2	287	32,9%
La Rinconada	1	229	59,2%
Lanjarón	1	115	72,4%
Linares	2	41	77,1%
Rute	1	31	80,6%
Jaén	1	20	82,9%
Granada	1	20	85,2%
Marmolejo	1	18	87,3%
Utrera	1	17	89,2%

FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA

No obstante, detrás de esta dinámica hay factores diferentes. Pese a que existen 47 establecimientos localizados en Andalucía, tan sólo 11 de ellos suponen más del 90% del empleo. Por tanto, se puede afirmar que el 75% de los establecimientos emplean tan solo al 10% de las personas ocupadas, mientras que el 25% restante supone el 90%. Esto significa que el empleo se encuentra muy concentrado en muy pocos establecimientos, lo que, a su vez, da a entender el dominio de la gran empresa en el interior del subsector.

A lo largo del período objeto de estudio esta concentración de la fuerza de trabajo ha aumentado a través, fundamentalmente, de la desaparición de establecimientos. De 1980 a 1995 43 municipios que tenían al menos un establecimiento en este subsector han dejado de tenerlo. Pero también se ha asistido al aumento de la importancia relativa de los establecimientos de mayor tamaño. En 1980, el número medio de trabajadores por establecimiento era de 32,5 personas, en 1995 había aumentado hasta 35,3, pese a la fuerte reducción de empleo experimentada por el subsector. No obstante, lo auténticamente relevante desde la perspectiva espacial es que este proceso de concentración empresarial ha ido acompañado por un crecimiento del empleo en las zonas urbanas. En 1980, aproximadamente un 70% del empleo se concentraba en las áreas metropolitanas de Sevilla y las ciudades de Málaga y Granada. En 1995, estos mismos territorios concentraban el 83,3% del empleo. Existe, por tanto, no sólo una continuidad en los patrones de localización existentes en la región, sino un fortalecimiento del componente urbano en el interior del subsector.

Es decir, la fuerte tasa de acumulación en el interior del subsector ha supuesto un crecimiento del nivel de concentración espacial de la industria en las principales áreas urbanas de la región. Y si esta tendencia no ha sido más clara se ha debido a un motivo de orden muy concreto y es que, en este período, han ganado importancia las actividades de envasado de aguas minerales que se localizan mayoritariamente en entornos rurales. Si se retoman los principales establecimientos del subsector, extrayendo de los mismos los ligados al envasado de aguas minerales podrá observarse la importancia que, a la altura de 1995, tenía esta actividad.

CUADRO 5.27: PRINCIPALES ESTABLECIMIENTOS DE AGUAS MINERALES EXISTENTES EN LA REGIÓN EN 1995

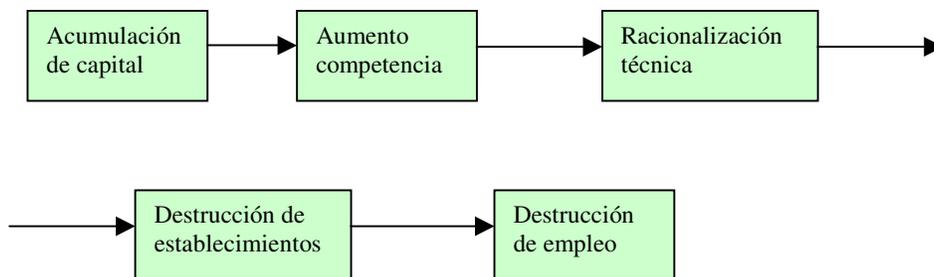
Municipio	Establecimientos	Razón Social	Nº de trabajadores
Lanjarón	1	Lanjarón	115
Jaén	1	Sierra de Jaen	20
Marmolejo	1	Aguas La Paz y Balneario de Marmolejo	18
Mijas	1	Aguas Sierra de Mijas	13
Casarabonela	3	Aguas de Casarabonela	10
Lucena	1	Aguas del Nacimiento del Zambra	10

FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA⁵⁸

⁵⁸ El Instituto de Estadística de Andalucía proporcionó esta información innominada. La identificación de los establecimientos se ha realizado por las más diversas vías, en especial, mediante la utilización de

En 1995 el empleo en el segmento de aguas minerales suponía el 12,0% del total registrado en Andalucía. El desarrollo de este segmento de mercado es el que explica que se mantenga un segmento de productores localizado en entornos rurales y semirurales. En definitiva, el desarrollo del subsector de Bebidas Alcohólicas ha sido muy similar al de los dos casos vistos con anterioridad y puede resumirse en la siguiente secuencia.

GRÁFICO 5.6: ELEMENTOS CLAVE DE LA DINÁMICA TRANSFORMADORA EN EL SUBSECTOR DE LAS BEBIDAS ANALCOHÓLICAS



La única particularidad es que, en este caso, la concentración territorial del empleo se ha visto frenada, parcialmente, debido a la relevancia que, en la actualidad, mantiene la actividad de envasado de aguas minerales.

4.1.2. Sectores arraigados de alta productividad

En segundo lugar, es necesario analizar los subsectores arraigados de alta productividad en la estructura productiva regional. En nuestro caso, van a analizarse:

- ◆ Productos Lácteos
- ◆ Vino, Licores y Alcoholes

4.1.2.a) Productos Lácteos

CUADRO 5.28: EVOLUCIÓN DE ALGUNAS MACROMAGNITUDES RELEVANTES EN EL SUBSECTOR DE PRODUCTOS LÁCTEOS⁵⁹

	Participación en el valor añadido nacional	Participación en el valor añadido IAA en Andalucía	Participación en el empleo nacional en el subsector	Participación en el empleo generado por la IAA
Año 1980	10,2%	6,1%	11,9%	4,7%
Año 1992	14,8%	9,6%	13,1%	6,2%
Diferencia 80-92	4,7%	3,5%	1,2%	1,5%
	45,9%	57,2%	10,4%	32,1%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE LA BASE DATOS EXTRAIDOS DE LA ENCUESTA INDUSTRIAL

algunas fuentes de información del sector, como puede ser el caso de Alimarket o la simple búsqueda en las guías de teléfono de las empresas de aguas minerales situadas en los municipios citados en el cuadro.

⁵⁹ Idem nota 19

Se asiste a un aumento de la participación de la región en el valor añadido motivado por una tasa de acumulación⁶⁰ ligeramente mayor a la del conjunto nacional (3,0% frente 2,8%). Igualmente, el subsector aumenta su peso en la estructura económica de la región. Con lo cual, se produce un efecto cuando menos curioso. La región tiende a especializarse en una actividad en la que, a priori, no goza de ninguna ventaja competitiva.

En todo caso, es necesario precisar que, independientemente, de las decisiones tomadas por los agentes productivos y de su capacidad real para competir, la evolución de esta actividad se ha visto favorecida por el cambio en los patrones de consumo. Desde los años 60 se asiste a un crecimiento ininterrumpido de la importancia de los lácteos en la demanda alimentaria. Dicho crecimiento está ligado al aumento de la renta familiar disponible que ha permitido la generalización del consumo de productos tradicionalmente considerados de minorías (Abad y Naredo, 1994). Por tanto, al menos el creciente peso del subsector en la estructura económica regional puede explicarse, si se quiere parcialmente, por este hecho.⁶¹

Por el contrario, el aumento de la participación de la producción láctea en el conjunto nacional no es, a priori, imputable a un cambio en la demanda, que, aunque se haya producido, puede ser explotada por todos los territorios que componen el Estado. Hasta cierto punto, era previsible, dado que, en 1980 la productividad del subsector en Andalucía era superior a la correspondiente a la media del estado. No obstante, para entender las razones que están detrás de este crecimiento es necesario profundizar un poco más en el análisis.

Lo primero que, en este sentido, resulta esclarecedor es que, en el período estudiado, el crecimiento de la producción (un 150% en valores monetarios constantes) ha sido muy superior al de la productividad, aunque el incremento de ésta no puede decirse que sea pequeño (un 100%). Por tanto, sólo mediante un aumento de la población empleada ha sido posible atender el crecimiento de la producción. En este sentido, la población empleada en el subsector ha pasado de 3.204⁶² a 3.650⁶³ trabajadores.

Pero además el fuerte crecimiento del mercado ha motivado un aumento en el número de establecimientos desde los 187⁶⁴ existentes en 1980 frente a 231⁶⁵ en 1995. Por tanto, la secuencia de transformación del subsector puede resumirse como sigue.

⁶⁰ El ratio que lo define es la formación bruta de capital entre la producción bruta.

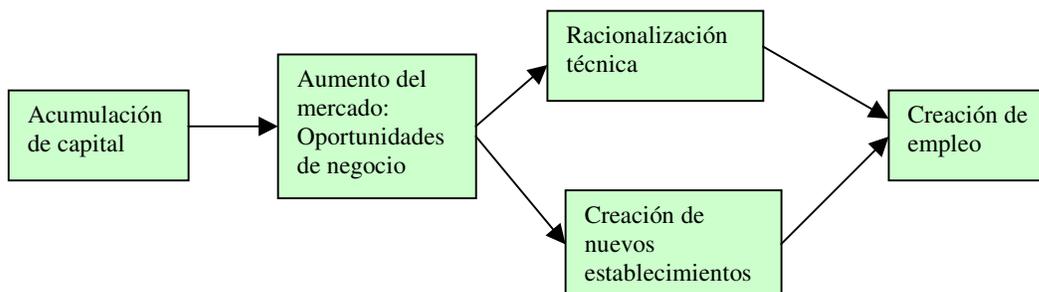
⁶¹ Lo cual no significa aceptar bajo ningún concepto la hipótesis de que la demanda es autónoma y son los individuos los que libremente ejercitando la denominada "soberanía del consumidor" orienten, sin quererlo, las transformaciones del aparato productivo. Por el contrario, los cambios en la demanda deben ser comprendidos como el corolario de unos procesos de transformación más amplios. En este sentido, Abad y Naredo (1994) ligan los cambios de la demanda con las necesidades de los procesos de "modernización" de la economía española. En la misma línea Contreras (1994) asocia los cambios en la demanda con transformaciones sociales más generales: urbanización, acumulación y salarización; modificaciones en los tiempos de trabajo; alargamiento en el tiempo de trabajo remunerado y fuera del hogar por parte de la mujer; aumento de la tasa de escolarización, etc.

⁶² Encuesta Industrial para el año 1980.

⁶³ Directorio de empresas del INE para el año 1995.

⁶⁴ Encuesta Industrial para el año 1980.

GRÁFICO 5.7: ELEMENTOS CLAVE DE LA DINÁMICA TRANSFORMADORA EN EL SUBSECTOR DE PRODUCTOS LÁCTEOS⁶⁶



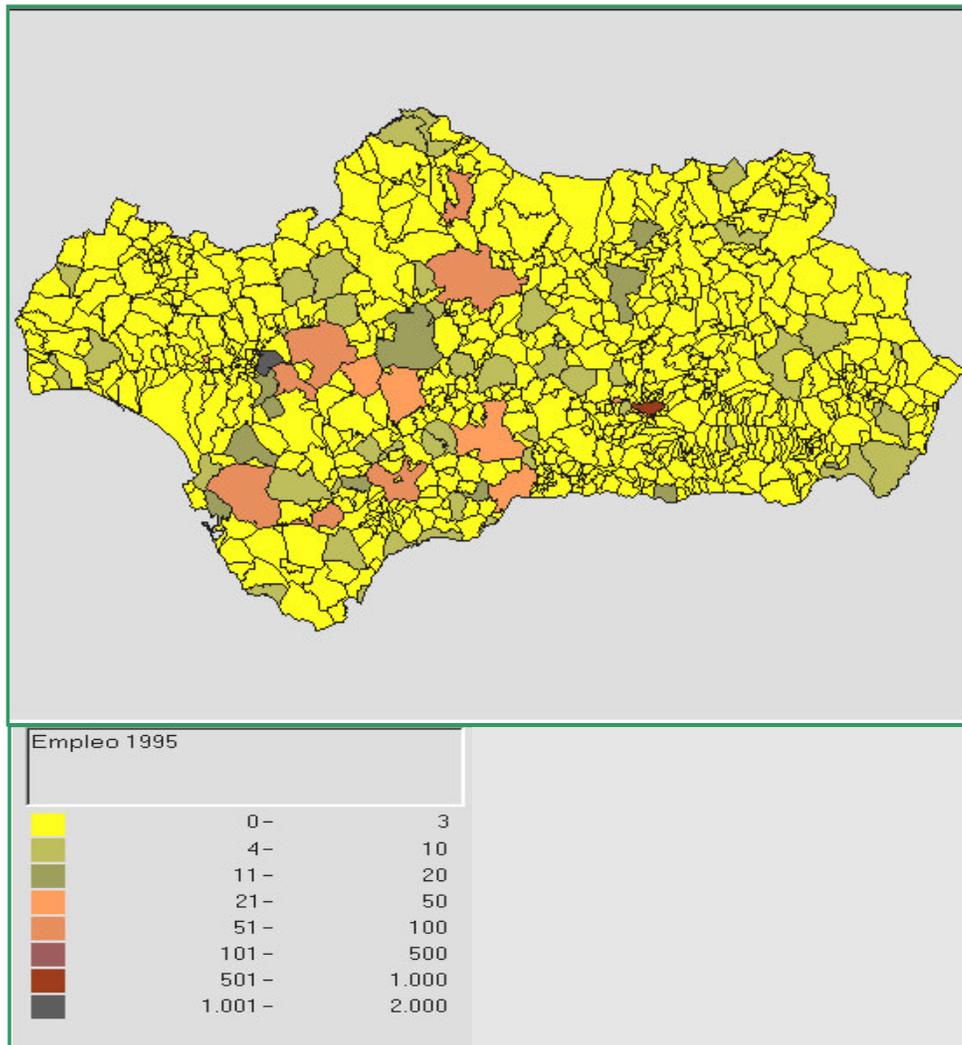
Por ello, es necesario destacar que se produce un resultado cuando menos paradójico y es que aumenta el arraigo productivo y el empleo en el interior del subsector, a medida que el mismo acumula capital. Por tanto, en principio parece que nos encontramos frente a un caso de éxito: se crece y además se crea empleo. No obstante, esta percepción cambia sustancialmente si se observa el proceso desde una perspectiva territorial. Existen dos segmentos muy distintos dentro de la industria láctea. Por un lado, se encuentran las grandes factorías situadas en las ciudades. Son pocas, de gran tamaño y, en general, dedicadas a la elaboración de productos bien conocidos por los consumidores.⁶⁷ Por otro lado, se encuentra la industria situada en localidades rurales. Se trata de establecimientos de dimensiones mucho más reducidas y que, en general, pasa mucho más desapercibida. Esto puede verse más claramente en el siguiente cuadro donde junto al número de empleos por municipio se han indicado las principales empresas localizadas en un término municipal.

⁶⁵ Directorio de empresas del INE para el año 1995.

⁶⁶ Cuando se habla de “racionalización técnica” en este caso se supone que la misma no implica la destrucción de empleo debido a que el crecimiento de la producción en el período estudiado es muy superior al crecimiento de la productividad, lo que se ha derivado en un incremento de la población ocupada en el sector. No obstante, en algunos casos, que, adicionalmente coinciden con las empresas de mayor tamaño y capacidad competitiva, la racionalización de la producción se ha traducido en una fuerte reducción de los niveles de empleo. Es, por ejemplo, el caso de Puleva que tras la política de crecimiento y compra de empresas realizada a finales de los 80 realiza, con motivo de la crisis que sufre la compañía a partir de 1993 un fuerte ajuste laboral. Como consecuencia del mismo la plantilla pasa de los 1200 empleados a unos 500 que trabajan en la actualidad, aunque no todos los empleos perdidos se localicen en Andalucía.

⁶⁷ La importancia de este segmento se pone de manifiesto en que únicamente una fábrica, la que el grupo Danone tiene en Sevilla supone más del 36% del empleo generado por el subsector en la región.

MAPA 5.4: DISTRIBUCIÓN DEL EMPLEO EN EL SUBSECTOR DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN 1995



FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA

CUADRO 5.29: DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DEL EMPLEO EN EL SECTOR DE PRODUCTOS LÁCTEOS 1995

	Provincia	Empresas localizadas en los municipios	Empleo	Participación acumulada en el empleo
Sevilla	Sevilla	Danone y Yosan	1.044	36,1%
Granada	Granada	Puleva, Abbot y Dhul	609	57,2%
Pozoblanco	Córdoba	Covap	98	60,6%
Ronda	Málaga	Industrias Lácteas Angulo y Quesería Rondeñas	92	63,8%
Jerez de la Frontera	Cádiz	Puleva	86	66,7%
Alcalá de Guadaira	Sevilla	La Lactaria Española,; Helados Alicantinos,	85	69,7%
Fuente Vaqueros	Granada	Sin especificar	56	71,6%
Córdoba	Córdoba	Colecor	53	73,5%
Carmona	Sevilla	Hispalense Quesera	51	75,2%
Málaga	Málaga	Envasados Lácteos, Helados Nevi, Helados Torres	47	76,9%
Churriana de la Vega	Granada	Helados Kandy; Penalva y Lledo,	40	78,2%
Marchena	Sevilla		26	79,1%
Castilleja del Campo	Sevilla	Quesos Los Vázquez	25	80,0%
Osuna	Sevilla	Cooperativa Granja del Sol	24	80,8%
Antequera	Málaga	Rulesa Antequera y Coop. Andaluza láctea antequerana	22	81,6%
Jaén	Jaén	Levasa	18	82,2%
Ecija	Sevilla	Ramón Torres Varela,	17	82,8%
Puerto de Santa María	Cádiz	Sin especificar	15	83,3%
Cártama	Málaga	SAT, Ganaderos Malagueños	15	83,8%
Huércal de Almería	Almería	Helados Adolfo	14	84,3%

FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA⁶⁸

Como puede observarse los municipios de Sevilla y Granada concentran más del 55% del empleo en el subsector. Esta importancia se deriva de la presencia en estas ciudades de grandes grupos empresariales como Danone, Yosan (antigua concesionaria de Yoplait), Dhul, Puleva o Abbot (resultado de la venta del departamento de nutrición de Puleva a la multinacional norteamericana). Por el contrario, en el resto de los municipios andaluces se localizan pequeños productores que, pese a su mayor número,

⁶⁸ Idem nota 43.

tienen una participación mucho menos importante en el empleo total. Este punto puede verse más claramente si se analiza el siguiente cuadro.

CUADRO 5.30: EMPLEO EN EL SUBSECTOR DE INDUSTRIAS LÁCTEAS EN ÁREAS RURALES Y URBANAS

	Porcentaje del empleo en 1980	Porcentaje del empleo en 1995
Áreas urbanas ⁶⁹	68,4%	69,4%
Áreas semirrurales o rurales ⁷⁰	31,6%	30,6%

FUENTE: BASE DE DATOS DEL IEA (1995) Y BASE DE DATOS DEL INE (1980) A PARTIR DE LOS REGISTROS CONTENIDOS EN EL CENSO INDUSTRIAL (1978).

Por tanto, no se observa un cambio significativo en la relación entre las industrias lácteas localizadas en áreas rurales o semirrurales y las urbanas. No obstante, la evolución de unas y otras tiene puntos importantes de divergencia, por lo que es conveniente analizarlas por separado. En el caso de las industrias localizadas en áreas urbanas, su importancia relativa no aumenta. Lo que es observable es que crece significativamente la participación en el empleo de las ciudades de Sevilla y Granada. Por ejemplo, en 1980 en Granada capital había contabilizados 395 empleos. En 1995, en la misma ciudad se registran 947 empleos.⁷¹ Si las ciudades de Granada y Sevilla incrementan su peso no es a costa de los municipios no urbanos de la región⁷², sino a costa de otras áreas urbanas (Córdoba, bahía de Cádiz, por ejemplo). Esto, a su vez, se pone en relación con la crisis del viejo modelo fordista. El Decreto de 1966 estableció un modelo de mercado fuertemente regulado. En este sentido, se parceló el mercado de forma que el suministro de leche pasteurizada en cada una de las áreas establecidas era competencia de una única central lechera (Sumpsi, 1996). Así nacieron en Andalucía empresas como Cunia en Sevilla, La Merced en Jerez de la Frontera o Colecor en Córdoba. El objetivo perseguido con las autoridades con este modelo de mercado era garantía del abastecimiento (Fine, Heasman y Wright, 1996) de un producto con una demanda creciente (Abad y Naredo, 1994).

Este modelo de mercado sobrevivió de facto sin excesivos problemas hasta principios de los 80. A partir de este momento, el proceso de Reestructuración y la consiguiente desregulación asociada al mismo ha promovido la compra / fusión de determinadas centrales lecheras. Por ejemplo, La Merced y Cunia son adquiridas por Puleva en el período estudiado, para después cerrar los establecimientos productivos.⁷³ Por tanto,

⁶⁹ Localizadas en municipios de más de 50.000 habitantes o en las áreas metropolitanas de Sevilla y Cádiz tal y como fueron definidas en el capítulo tercero epígrafe 3.2.

⁷⁰ Para el año 1980 dado el secreto estadístico existente resulta imposible distinguir la participación de las áreas rurales y semirrurales, por ello, los datos se han expuesto conjuntamente.

⁷¹ Fuente: Base de datos INE 1995.

⁷² Ya se ha visto que estos municipios incluso aumentan su participación en el empleo generado por el subsector.

⁷³ Datos obtenidos de la entrevista en profundidad realizada al Director de Innovación y Desarrollo de esta compañía.

existe un subsector de productos lácteos de carácter puramente industrial que se encuentra fuertemente concentrado en las principales aglomeraciones urbanas de la región. Su comportamiento espacial se aproxima al de los denominados sectores no arraigados. Así, destruye establecimientos y organizaciones empresariales, lo que le lleva a concentrarse todavía más de lo que estaba. Adicionalmente, esta distribución del empleo coincide con la evolución de la inversión. En realidad, sólo 26 municipios (de los 766 que componen la región) concentran el 91,5% de la inversión, y más del 85% del empleo con lo que al resto de la región (más de 700 municipios) le corresponde poco menos del 9% de la inversión total.⁷⁴

Es decir, como consecuencia del proceso de Reestructuración, con la concentración de empresas que ha ido aparejada al mismo, se han modificado substancialmente las bases de funcionamiento de la industria láctea regional. La desaparición de empresas que explotaban mercados locales, como las tradicionales centrales lecheras, ha supuesto que aparezcan o que tomen mayor protagonismo una serie de organizaciones que tienen unos patrones de comportamiento muy distintos. Por ejemplo, esto se aprecia claramente en la tendencia al consumo de inputs regionales. Si se toma por ejemplo el caso de Puleva, el tema puede entenderse con claridad. A finales de los 70 Uniasa (antiguo nombre de Puleva) era ya una empresa con una dimensión significativa que competía y actuaba activamente en la promoción de procesos de acumulación de capital. Pero, en esta época, su estrategia de crecimiento pasaba por propiciar el desarrollo de la cadena de valor de la leche en su área de influencia. Para ello, dada las deficiencias de la producción lechera andaluza, emprende un programa de creación de granjas que aseguren una parte del suministro de leche de la empresa. En los años 80 y 90 con los procesos de Reestructuración mucho más avanzados, la estrategia de la empresa de la empresa varía radicalmente. De esta forma, no se continúa con el proceso de creación de granjas. Pero, es más, a la altura de principios de los 90 dichas granjas se venden. Es decir, el desarrollo de la cadena de valor o "filière" de la leche ha dejado de ser un objetivo para la empresa. Por el contrario, han aumentado de forma muy significativa las ventas y la cuota de mercado de la misma.⁷⁵ A su vez, esto ha provocado un crecimiento de sus compras de leche. Pero, dado el abandono de la estrategia de impulso de la cadena de valor, dichas compras se realizan en una cuantía superior al 80% fuera de la región.⁷⁶ Este cambio de comportamiento se refleja en la evolución de algunos agregados monetarios. De hecho, la participación de los consumos

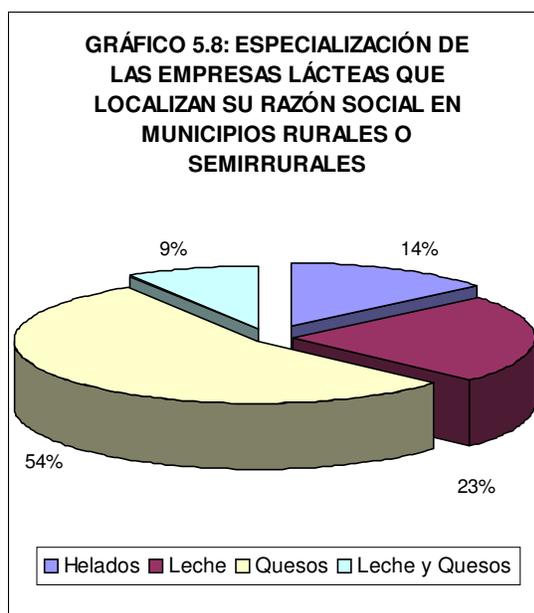
⁷⁴ Registro industrial, elaboración propia.

⁷⁵ Puleva en los años 80 se embarca en una ambiciosa política de crecimiento que le lleva a la compra de distintas centrales lecheras. En un principio, mantiene las marcas que compra, pero más tarde las elimina, lo que significa que, sencillamente, procede a la compra de cuotas de mercado y redes de distribución. En la actualidad Puleva tiene operativas tan sólo sus fábricas de Granada y, a título casi simbólico, la de Jerez de la Frontera que, por tanto, tienen una capacidad productiva suficiente para atender todos los nuevos mercados "comprados" por la compañía.

⁷⁶ Este patrón de comportamiento no es exclusivo de Puleva. En la entrevista realizada a Danone sobre la gestión de su planta en Sevilla, se puso de manifiesto cómo el consumo de inputs regionales era mínimo por varias razones. La primera de ellas era que buena parte de los inputs tenían centralizadas sus compras en la central que a tal efecto había desarrollado el grupo, con lo cual la capacidad de los directivos de la fábrica sevillana para influir en estas compras era muy pequeña. Pero, adicionalmente, en las compras que todavía se realizaban de forma descentralizada, entre las que destacaba la leche, los productores tenían un peso muy escaso. El entrevistado indicó que entorno al 80% de la leche utilizada por la factoría se compraba fuera de la comunidad autónoma andaluza.

no comprados en el interior de la región ha pasado del 17,8% registrado en 1980 al 37,8% de 1995. En especial, es de destacar el aumento de los inputs agropecuarios no interiores, es decir, fundamentalmente en la leche comprada en el exterior de la región, que han pasado de suponer el 9,8% en 1980 al 33,0% en 1995.⁷⁷

Frente a esto, existe con todo, un 30% del empleo que se encuentra territorialmente disperso a lo largo de áreas rurales y semirurales. Esto da a entender que existen ciertos entornos no urbanos que, sobre la base de la extensión hacia delante de sus capacidades productivas, han sido capaces de mantener una cierta presencia en este subsector. En buena parte, esto se debe a algunas iniciativas de economía social llevadas a cabo por los ganaderos. Es el caso de Pozoblanco que con 98 empleos es el tercer municipio de la región, debido, fundamentalmente, al crecimiento de la cuota de mercado de la Cooperativa del Valle de los Pedroches (COVAP)⁷⁸. Los ejemplos de dinamismo derivado de la actuación de agentes de economía social también se dan en otros casos como pueden resultar los de, Ronda, Fuente Vaqueros, Carmona o Churriana de la Vega.



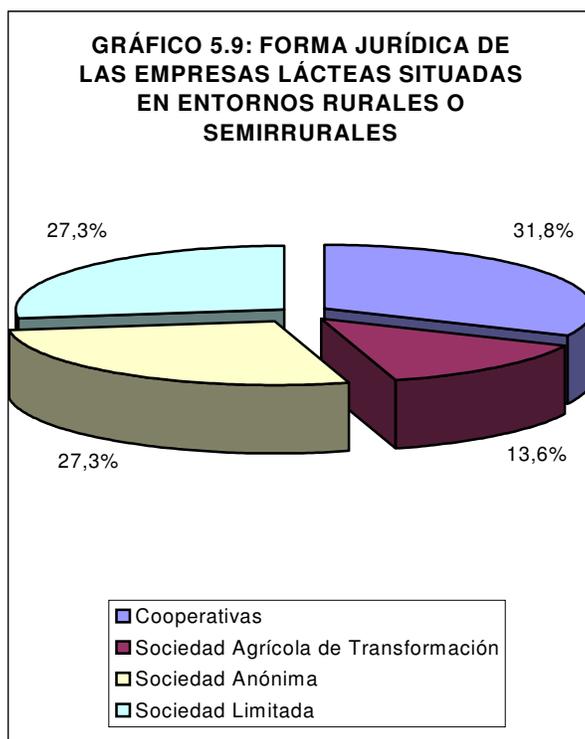
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE LA BASE DE LOS DATOS OBTENIDOS DE ALIMARKET 1996

De las 23 empresas que, de acuerdo al anuario Alimarket, tienen su razón social en municipios rurales, más del 37% de las mismas se dedica exclusiva o parcialmente a la elaboración de quesos. Esto quiere decir que el aprovechamiento de este segmento de mercado, donde la diversidad ligada a distintas tradiciones o formas de “saber hacer” tiene una gran relevancia, es una de las razones fundamentales de la supervivencia de algunas organizaciones empresariales localizadas en entornos rurales.

⁷⁷ Datos obtenidos de las Tablas Input – Output para Andalucía de 1980 y 1995.

⁷⁸ En este caso, si se observa una estrategia tendente a la creación de ventajas competitivas en el conjunto de la cadena de valor. Esto se explica por el carácter de cooperativa de la organización que hace que buena parte de las rentas vuelvan a los cooperativistas permitiéndoles mejorar sus sistemas de producción.

Por otro lado, también se pone de manifiesto la importancia de la actividad ligada a la “elaboración de helados” que, en algunos municipios rurales, mantiene todavía una cierta importancia. Aunque este segmento también se encuentra sometido a fuertes procesos de concentración empresarial (véase, por ejemplo, la fuerte presencia de Nestlé– directamente, o, a través de sus participadas Conelsa (Miko) y Avidesa – y Unilever – Frigo – en el mismo)⁷⁹ todavía existen pequeños productores rurales.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE LA BASE DE LOS DATOS OBTENIDOS DE ALIMARKET 1996

En buena medida, por otra parte, este protagonismo de empresas situadas en áreas rurales o ciudades intermedias se basa en la importancia del movimiento cooperativo en el sector. Casi el 32% de las organizaciones empresariales localizadas en entornos rurales tienen forma jurídica de cooperativa. Esto indica que, pese a la escasa “cuota lechera” de la comunidad autónoma, la “cadena de valor” de la leche se encuentra relativamente organizada. Es decir, que existe una actuación por parte de los ganaderos de la comunidad para proceder a una transformación industrial de sus producciones. En este sentido, la existencia de establecimientos rurales tiene, casi en una tercera parte, que ver con la realización por parte de los ganaderos de la región de actividades de primera o segunda transformación de sus producciones.

La importancia tomada por algunos agentes locales (normalmente sobre la base de iniciativas de economía social) también se puso de manifiesto cuando se analizó la inversión.⁸⁰ Por otro lado, el hecho de que los productores “rurales” se encuentren

⁷⁹ Alimarket, 1996.

⁸⁰ Capítulo tercero punto cuarto.

altamente concentrados en el segmento de queserías, es un patrón de especialización común al conjunto del territorio nacional.⁸¹

En resumen:

- ◆ Existen dos segmentos dentro del sector lácteo. Uno urbano más concentrado y productivo y otro rural más ligado a las producciones pecuarias.
- ◆ Las dinámicas de transformación han sido muy distintas en el interior de uno y otro. Mientras que la dinámica de transformación del segmento urbano se asemeja a la de los sectores no arraigados, los establecimientos rurales aumentan su empleo, tanto en términos absolutos como relativos.
- ◆ Este comportamiento dispar ha permitido que se mantenga la localización rural de un segmento de la industria láctea, sobre todo, especializado en la producción de quesos y helados.

4.1.2.b) Vino, Licores y Alcoholes

CUADRO 5.31: EVOLUCIÓN DE ALGUNAS MACROMAGNITUDES RELEVANTES EN EL SUBSECTOR DE VINOS, LICORES Y ALCOHOLES⁸²

	Participación en el valor añadido nacional	Participación en el valor añadido IAA en Andalucía	Participación en el empleo nacional en el subsector	Participación en el empleo generado por la IAA
Año 1980	39,7%	26,6%	33,3%	16,5%
Año 1992	37,9%	19,8%	32,0%	10,4%
Diferencia 80-92	-1,7%	-6,8%	-1,4%	-6,0%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE LA BASE DATOS EXTRAIDOS DE LA ENCUESTA INDUSTRIAL

Lo primero que hay que destacar es la brutal reconversión de este subsector en el conjunto del Estado. Se pierden en España nada menos que 13.988 empleos, de los que a Andalucía corresponden 4.927. Al ser la reducción muy fuerte en ambos casos, la importancia relativa de Andalucía se mantiene. Sin embargo, desde una perspectiva regional, Vino, Licores y Alcoholes pierde importancia en el conjunto de la IAA. Así, pasa de representar el 26,6% del valor añadido en 1980 a suponer el 19,8% en 1995. La pregunta obligada es: ¿Cuál es la razón de tan negativa evolución? A principios de los 80 si un subsector tenía capacidad financiera y redes de comercialización como para enfrentarse a los retos impuestos por los procesos de Reestructuración ese era precisamente el vinícola.

La respuesta más evidente a la pregunta anterior es que, en los años 80, se produjo un cambio en la demanda alimentaria que no favoreció al mismo. En el mercado nacional

⁸¹ “El grado de atomización es diverso en la industria láctea, en función del tipo de dedicación por productos; alto en la quesera, medio en la industria que prepara leche de consumo y bajo en las que fabrican productos de alto valor añadido (yogures, postres, batidos)” (Calcedo, 1995).

⁸² Idem nota 19.

otras bebidas como la cerveza o el whisky se imponían. El consumo de vinos, de esta forma disminuía en términos generales.⁸³

Posiblemente, las escasas expectativas de negocio hicieron que se produjese una fuerte atonía inversora. El esfuerzo inversor durante el período 1980-1992 se situó en el 9,0% frente al 16,5%⁸⁴ aplicable al conjunto de la IAA. Esta escasa propensión inversora ha terminado agudizando el problema de origen. Los cambios en la demanda podrían haberse afrontado mejor con una respuesta a los mismos vía innovación de producto, segmentación de mercado, diversificación, etc. Pero para que esto se produjese era necesario la presencia de importantes flujos inversores, porque un sistema productivo no puede reestructurarse sin su concurso. Por eso, en este caso, la inversión se toma como indicador fundamental a la hora de estudiar la evolución de la posición competitiva de las diferentes actividades (Storper y Walker, 1989).

El escaso volumen de la inversión hace que, durante el período estudiado, el avance de la productividad sea limitado (77,4% equiparable a la media de la IAA, 78,0%, pero muy por debajo del 283% del Azúcar o del 166% de la Cerveza), y, sobre todo, que el incremento de la producción sea muy poco relevante (26,2% frente al 52% de media para la IAA). Por tanto, se invierte poco y cuando se hace priman las innovaciones en proceso, lo que significa un aumento de la productividad que, sin el correlato de un aumento de la producción, implica una reducción automática de los niveles de empleo. Este comportamiento tan negativo es todavía más complicado de entender si se tiene presente que, desde al menos principios de los 90, se vuelve a producir otro cambio en los patrones de consumo que, de nuevo, favorecen el consumo de vinos⁸⁵. Ciertamente, se trata de un cambio que no favorece a los vinos andaluces que, por su alta graduación alcohólica siguen siendo poco demandados. Pero también es cierto que no se han desarrollado y no se ha potenciado la producción de otras modalidades de vinos, distintas de las tradicionales que, en las actuales condiciones de mercado tengan una mejor acogida.⁸⁶

⁸³ Aunque, de todas formas, esta regresión no es general, como tendrá ocasión de analizarse. Ver nota 85 de este capítulo.

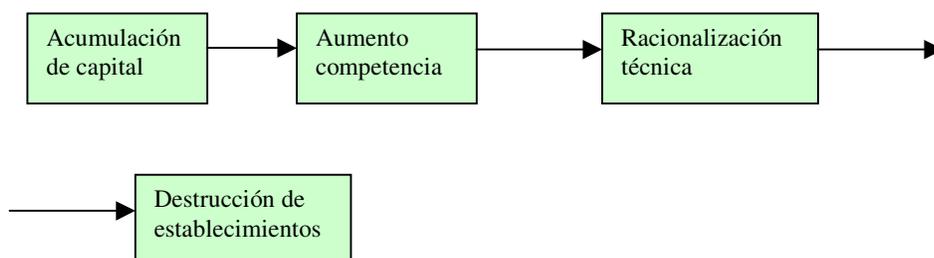
⁸⁴ Datos tomados de la Encuesta Industrial para el período 1980-1992.

⁸⁵ A partir de la entrevista a expertos, los mismos suelen dar las siguientes razones del escaso aprovechamiento de los caldos andaluces de esta coyuntura mucho más favorable. El cambio en los patrones rectores de la demanda de vino se han basado en la recuperación de unos de los elementos fundamentales de la "dieta mediterránea" (Farré, 1994-95). Se defiende, por tanto, el consumo de vino en dosis moderadas, como algo "saludable", vinculándose el consumo de vino con las formas de vida de un segmento de población preocupada por estos temas y, por tanto, con un nivel económico y cultural medio-alto. Adicionalmente, las formas de vida de esta "clase media" favorecen el consumo de vino de graduaciones bajas, normalmente, en las horas de la comida. Esto beneficia a un tipo de vino suave, afrutado que no es el dominante en Andalucía, donde la alta exposición al sol y las variedades dominantes de uva dan lugar a un vino "generoso"; es decir, de alta graduación alcohólica. La adaptación de los vinos andaluces a los nuevos requerimientos de la demanda hubiera necesitado de una fuerte inversión tendente a cambiar y desarrollar nuevas variedades de uva, productivas, adaptadas al medio y capaces de producir vinos de más baja graduación. En general, este proceso no se ha producido.

⁸⁶ En este sentido, más que una falta de perspectiva de los empresarios del sector, los problemas se encuentran ligados a la propia organización de la cadena de valor. Por ejemplo, en el área de Montilla las iniciativas para la introducción de un vino de mesa joven y afrutado se remontan a 1983. En este año, Alvear comienza a comercializar esta variedad. Sin embargo, existen problema muy importantes para el aumento de la producción y calidad de los vinos. En primer lugar, la variedad de uva dominante en la zona la Pedro Ximénez produce caldos con contenidos de azúcar que, tras la fermentación, se convierten

El efecto combinado del incremento de la productividad casi 3 veces por encima del crecimiento de la producción supone una racionalización sin precedentes del sector que se traduce en una destrucción neta de 167 establecimientos y 4.927 empleos. En resumen, la dinámica de transformación del sector se aproxima a la de los subsectores no arraigados pudiéndose sintetizar en la siguiente secuencia.

GRÁFICO 5.10: ELEMENTOS CLAVE DE LA DINÁMICA TRANSFORMADORA EN EL SUBSECTOR DE VINOS, LICORES Y ALCOHOLES



Con esto se demuestra que nos encontramos frente a una aparente contradicción. En un entorno capitalista, regido por la competencia, la entrada en la dinámica impuesta por los procesos de acumulación de capital, con sus fuertes dinámicas inversoras, supone la destrucción de los establecimientos menos eficientes y, por tanto, la concentración espacial de los circuitos creadores de valor. Pero, en este mismo contexto, intentar permanecer al margen de estos procesos, significa que, al existir otros espacios económicos cuyas empresas acumulan intensamente capital, se produce una destrucción de establecimientos y empleos todavía mayor. Esto último es lo que ha ocurrido en este caso. La acumulación de capital ha sido escasa y esto ha provocado un retroceso del conjunto de la actividad. Esta destrucción de empleo y tejido productivo ha afectado, por igual, a las tres principales áreas productoras:

- ◆ Jerez
- ◆ Montilla – Moriles
- ◆ El Condado de Huelva

en contenidos de alcohol muy alto. Era necesario pues rebajar el contenido en azúcar de la uva. Para ello, se ha experimentado durante muchos años, a partir de la misma cepa, llegando a la conclusión de que con determinadas técnicas de cultivo y recogiendo la uva unas tres semanas antes se podían obtener vinos blancos de mesa. Sin embargo, los entrevistados reconocen que esta opción no es la mejor. Se obtienen vinos de mesa pero con otras variedades de uva, la calidad sería mejor. Por ello, se han realizado intentos de adaptación de otras variedades de uva, lo que aunque promocionado por los industriales ha sido fríamente acogido por los agricultores. Adicionalmente, la Política Agraria Común que, durante una serie de años ha promovido el arranque de cepas, no ha favorecido tampoco la reconversión de los cultivos de vid.

CUADRO 5.32: DISTRIBUCIÓN DEL EMPLEO EN EL SUBSECTOR DE VINOS, LICORES Y ALCOHOLES

	Empleo 1980	Participación empleo regional subsector 1980	Empleo 1995	Participación empleo regional subsector 1995	Reducción de empleos en el período 80-95
Marco de Jerez en sentido estricto ⁸⁷	6.317	55,5%	3.205	65,4%	-3.112
Area de Montilla Moriles ⁸⁸	1.306	11,5%	581	11,9%	-824
Area del Condado de Huelva ⁸⁹	1.022	9,0%	161 ⁹⁰	2,9%	-879
Total	8.744	76,8%	3929	80,1%	-4.815

FUENTE: BASE DE DATOS DEL INE (1995) Y BASE DE DATOS DEL INE(1980) A PARTIR DE LOS REGISTROS CONTENIDOS EN EL CENSO INDUSTRIAL (1978).

Aunque el retroceso de la industria vinícola andaluza sea general, es especialmente significativa (por su mayor participación en el total regional) la crisis del área de Jerez donde sólo entre 1980 y 1995, en los términos municipales de Jerez de la Frontera, Sanlúcar de Barrameda y Puerto de Santa María, se han perdido más de 3.100 empleos. En resumen, siguiendo los patrones de localización vigentes en 1980,⁹¹ se sigue organizando territorialmente la producción sobre la base de la existencia de las mismas tres áreas. No obstante, en el período estudiado, éstas se han visto afectadas por una fuerte crisis que ha supuesto la pérdida de más de 4.800 empleos.⁹²

Sin embargo, frente a lo que ocurre en otros subsectores, Vino, Licores y Alcoholes posee un tejido empresarial bastante denso. De las empresas recogidas en el anuario de Alimarket, 37 tienen localizada su razón social⁹³ en el área de Jerez y 23 en el área Montilla – Moriles. Por tanto, estas zonas de especialización productiva mantienen, a su vez, en su interior un grado de diversidad suficiente para asegurar su capacidad de

⁸⁷ Engloba los municipios de Jerez de la Frontera, El Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda.

⁸⁸ Engloba los municipios de Aguilar de la Frontera, Cabra, Doña Mencía, Lucena, Montilla, La Rambla y Rute.

⁸⁹ Comprende los municipios de Almonte, Bollullos Par del Condado, Bonares, Chucena, Manzanilla, La Palma del Condado, Rociana del Condado, Trigueros y Villalba del Alcor.

⁹⁰ En realidad, este dato es desconocido, ya que en la actualidad los municipios de Almonte, Bonares, Chucena, Manzanilla, La Palma del Condado, Rociana del Condado, Trigueros y Villalba del Alcor tienen menos de 3 establecimientos en este subsector y no es posible conocer el número de empleos existente en los mismos por considerarse secreto estadístico. El único municipio del que se dispone el dato es Bollullos Par del Condado donde se han contabilizado 82 empleos en 1995 (frente a los 370 contabilizados en 1980). En el conjunto de la provincia de Huelva se contabilizan tan sólo 179 empleos. Si se realiza la hipótesis de que el 90% corresponde al área considerada (en 1980 correspondían a esta área el 86,4% del empleo) se obtiene la cifra de 161 empleos que es la que aparece en la tabla.

⁹¹ Se analizó en el capítulo segundo punto tres.

⁹² Base de datos del INE (1995). La fuente estadística utilizada para sustentar esta afirmación es distinta de la usada para la construcción del cuadro 5.31.

⁹³ En la mayor parte de los casos se trata de empresas con un único establecimiento, con lo que localización de la razón social y desarrollo de su actividad productiva tiende a confundirse.

respuesta frente a situaciones cambiantes. Para ver con más detenimiento cuáles son las dinámicas reales de transformación que condicionan la evolución de cada una de estas áreas va a realizarse un análisis más detallado de las mismas.

El Marco de Jerez de la Frontera

Ya se ha indicado que el Marco de Jerez tiene aún un significativo nivel de diversidad empresarial en su interior. Esto se ve confirmado por otros datos. Pese al desembarco de grandes compañías multinacionales,⁹⁴ existe, todavía un gran número de empresas controladas por capitales locales.⁹⁵ Por ejemplo, 23 de las 38 empresas registradas se agruparían en este epígrafe. En la mayoría de los casos se trata de empresas familiares.⁹⁶ En el área de Jerez más del 90% de las empresas consideradas locales pueden considerarse familiares. Aún así, en los últimos años se ha asistido a una irrupción importante de capitales foráneos. Esto puede verse más claramente si se analiza el siguiente cuadro.

CUADRO 5.33: PRINCIPALES EMPRESAS VINÍCOLAS CON RAZÓN SOCIAL REGISTRADA EN EL ÁREA DE JEREZ EN 1995

Razón social	Distribución del capital	Tipo de producción	Facturación ⁹⁷
Pedro Domecq, S.A. (Grupo)	100% Domecq Holding, S.A.	Vinos, Licores y Brandies	72.537
Osborne Y Cia	100% Familia Osborne	Vinos Y Licores	43.977
González Byass, S.A.	67% Familia González 30% Grand Metropolitan	Vinos, Brandies y Licores	21.464
Hijos De Agustín Blázquez, S.A.	100% Pedro Domecq, S.A.	Vinos y Licores	15.000
Fernando A. De Terry, S.A.	100% Pedro Domecq	Vinos y Licores	9.800
Luis Caballero, S.A.	Familiar	Vinos y Licores	9.634
John Harvey, Bv	100% Allied Domecq	Vinos	6.719
B. Bobadilla, S.A.	100 % Osborne y Cia	Vinos y Brandies	4.866
Rives - Pitman, S.A.	50% Osborne y Cía, 50% Familia Romero Haupold	Licores	4.173
Croft Jerez, S.A.	100% Grand Metropolitan	Vinos	3.500
Williams And Hubert	100% Luis Paez (Grupo Medina)	Vinos y Brandies	3.400
Luis Paez, S.A.	50% Ahold Bv (Holanda); 46% José Medina y Cía, S.A.	Vinos	3.260
Bodegas Garvey, S.L.	60% United Dutch	Vinos	3.200

FUENTE: ALIMARKET, 1996

⁹⁴ Como se verá más adelante básicamente a partir de la compra de Pedro Domecq, S.A. por Allied Lyons, Inc.

⁹⁵ Se consideran controladas por capitales locales las empresas en las que la mayoría de las acciones corresponden directamente a accionistas particulares, se reparten entre el consejo de administración o se encuentran en manos de familias concretas.

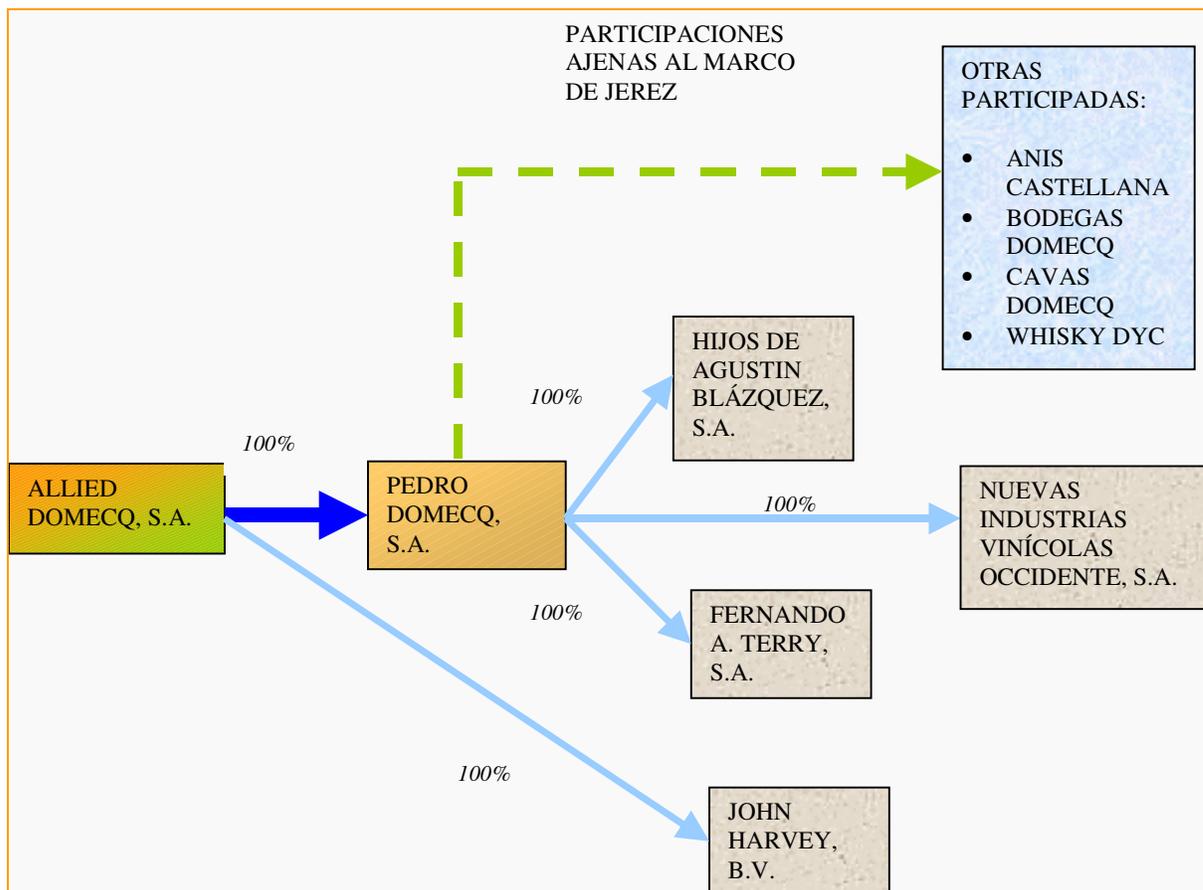
⁹⁶ Se consideran familiares aquellas empresas que, directa o indirectamente, tienen más del 50% del capital en manos de una o dos familias concretas. En este sentido, Osborne, S.A. pese a su tamaño se considera una empresa familiar.

⁹⁷ En millones de pesetas del año 95.

Como puede observarse en el cuadro anterior, si bien, como se ha indicado con anterioridad, la mayor parte de las organizaciones se encuentran bajo control de los capitales locales familiares, son precisamente las bodegas y destilerías de mayor tamaño, las que se encuentran bajo control de los grandes grupos multinacionales. En total, la facturación de las empresas controladas, directamente o indirectamente, por sociedades localizadas en el extranjero supone el 35,4% de la facturación total de las empresas existentes en el marco.⁹⁸ Entre los principales grupos multinacionales presentes en el marco destaca Allied Domecq que, por sí sólo supone el 25,3% de la facturación de las empresas vitivinícolas localizadas en el marco.

Este dato no habla tan sólo de la importancia de las empresas transnacionales, sino de la importancia en el mismo de la gran empresa ya sea formada a partir de capitales locales o de capitales foráneos. Así, los tres grandes grupos empresariales presentes (Allied Domecq, Osborne y González Byass) han facturado en 1995 por valor de 90.278 millones de pesetas, lo que supone un 68,2% de la facturación de las empresas localizadas en el área.⁹⁹ Por otro lado, la estructura de participaciones de estos grupos se caracteriza por su complejidad, por lo que es interesante su exposición más detallada.

GRÁFICO 5.11: ESTRUCTURA ACCIONARIAL DE ALLIED DOMEQC EN ESPAÑA

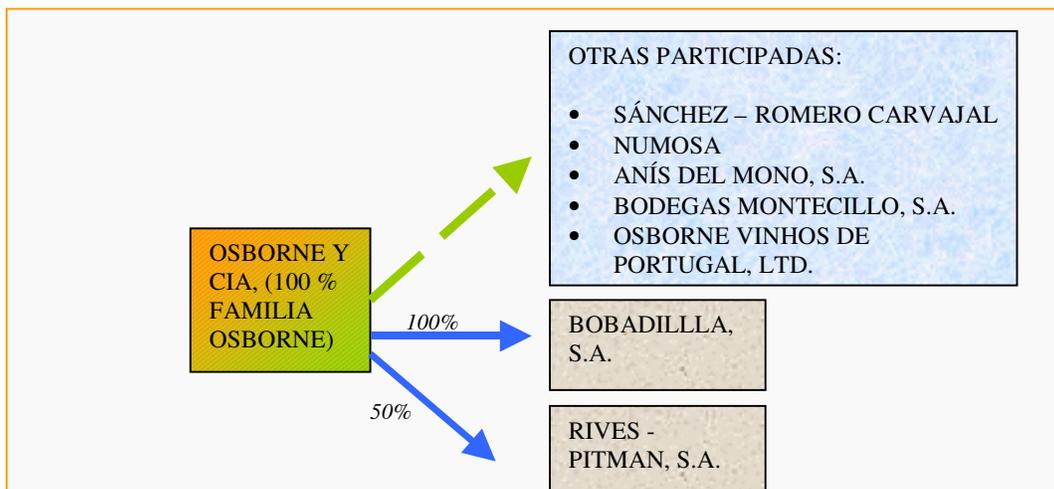


FUENTE: ALIMARKET 1996

⁹⁸ Estimación realizada a partir de los datos de Alimarket, 1996.

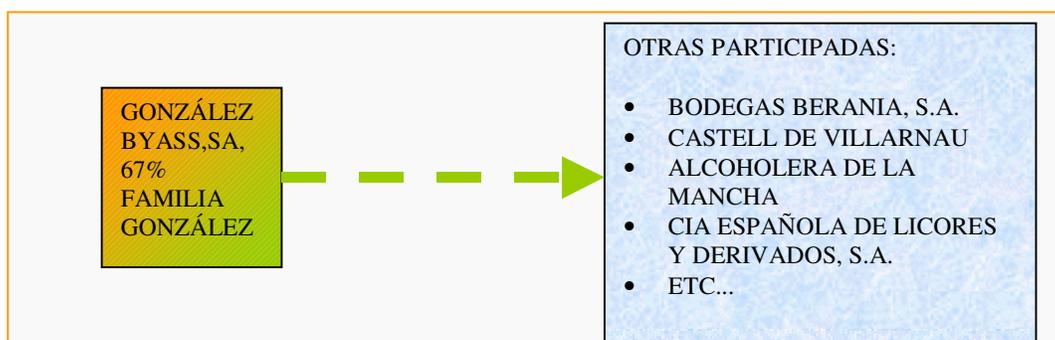
⁹⁹ Alimarket, 1996

GRÁFICO 5.12: ESTRUCTURA DEL GRUPO OSBORNE



FUENTE: ALIMARKET 1996

GRÁFICO 5.13: ESTRUCTURA DEL GRUPO GONZÁLEZ BYASS



FUENTE: ALIMARKET 1996

A partir de los esquemas anteriores se ponen de manifiesto dos hechos. En primer lugar, se trata de grupos empresariales con una estructura de participaciones bastante compleja y que como consecuencia de este hecho, en ocasiones, mantienen unos equilibrios de poder delicados¹⁰⁰. Por otro lado, los grupos empresariales anteriormente citados tienen compañías especializadas en distintos segmentos de mercado. Es decir, han diversificado sus actividades de modo que no dependen exclusivamente de los productos tradicionales del área (fino, manzanilla etc.). De este modo, existen empresas dentro de estos grupos dedicadas a la ginebra (Osborne, a través de Rives, por ejemplo) o de los licores en general.

Por último, estos grupos tienen un modelo de expansión territorial y diversificación productiva bastante semejante, que incluye:

¹⁰⁰ Derivados, en primer lugar, de las relaciones establecidas en cada caso entre gerencia y base accionarial. Pero también depende de la relación existente entre los distintos accionistas con paquetes importantes de participaciones.

- Una empresa dedicada a la elaboración de vinos de Rioja
- Una empresa dedicada a la elaboración de cava
- Una empresa dedicada a la elaboración de licores (anisados, whisky etc...)

Por tanto, en los tres casos, se han seguido estrategias de diversificación muy similares, lo que significa que, efectivamente, las distintas organizaciones tienden a adoptar ciertos patrones de comportamiento, que, caso de revelarse útiles, son inmediatamente imitados por sus más directos competidores. En resumen, la Reestructuración en el área de Jerez ha sido muy importante. Esto se ha traducido en el cierre de un gran número de bodegas¹⁰¹ y en la pérdida de más de 3.200 empleos. Con todo, existe un nutrido “tejido empresarial” que es una muestra de la diversidad de organizaciones empresariales existente en su interior. No obstante, a grandes rasgos, existen dos tipos de organizaciones.

- ◆ Por un lado se encuentran los tres mayores grupos empresariales, dos de ellos formados sobre la base de capitales locales que han procedido en el pasado a la diversificación de sus riesgos, de forma que, en la actualidad, su supervivencia es, hasta cierto punto, independiente de la suerte del marco en su conjunto.¹⁰²
- ◆ Por otro lado, la mayor parte de las empresas, son organizaciones de carácter familiar controladas por capitales locales, en los que la dependencia de las variedades de vino tradicionales en la zona (manzanilla, fino etc.) es muy elevada. Estas organizaciones, al ser la gran mayoría, aseguran el mantenimiento de la diversidad del “ecosistema empresarial” y, por tanto, son una garantía de la supervivencia de la actividad. Sin embargo, su dependencia de las tradicionales variedades de vino existentes en el área las sitúa en un posición competitiva difícil, incluso en una coyuntura donde la demanda de vinos parece haberse recuperado.

El área de Montilla – Moriles

Aquí la crisis de la industria vinícola también puede observarse claramente. De hecho entre 1980 y 1995 se han perdido más de 800 empleos. Por otro lado, en este área también existe un nivel de diversidad empresarial de una cierta importancia. En 1995, se contabilizaban 92 establecimientos dedicados a la transformación vitivinícola.¹⁰³ Independientemente, ha sido posible identificar en la zona 22 empresas con razón social domiciliada en estos municipios.¹⁰⁴ Casi todas ellas, en concreto 15, tienen un carácter

¹⁰¹ En concreto, según las bases de datos del INE entre 1980 y 1995 han desaparecido 198 establecimientos productivos, aproximadamente un 65% de los establecimientos existentes en 1980.

¹⁰² Evidentemente, la dependencia de estos grandes grupos empresariales respecto a la evolución del marco es variable. Puede decirse que es pequeña en los casos de Allied Domecq y Osborne por la fuerte diversificación de sus actividades y bastante mayor en González Byass que sigue teniendo en el fino su producto principal.

¹⁰³ Base de datos del INE. Frente a ello, en 1980 se registraban 194 establecimientos, con lo que han desaparecido 72, un 43,9% de los existentes en ese año.

¹⁰⁴ Alimarket 1996

marcadamente familiar. En los restantes casos, el capital se encuentra más repartido, siempre entre accionistas individuales, o bien, se trata de cooperativas. Por tanto, el capital multinacional no ha hecho su aparición en esta área. Esto se explica parcialmente si se tiene en cuenta el reducido tamaño en términos comparativos de estas empresas.

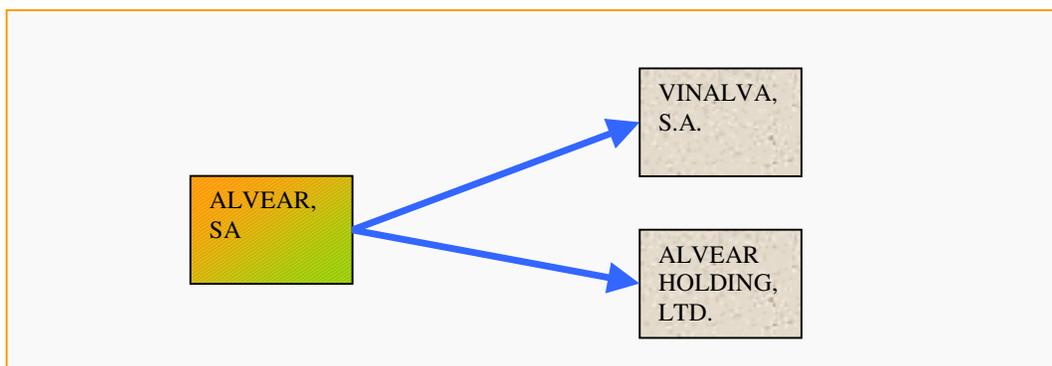
CUADRO 5.34: PRINCIPALES EMPRESAS VINÍCOLAS CON RAZÓN SOCIAL REGISTRADA EN EL ÁREA DE MONTILLA - MORILES EN 1995

Razón Social	Localidad	Distribución del Capital	Trabajadores Fijos	Trabajadores Eventuales	Facturación (en millones de ptas. 1995)
Alvear, S.A.	Montilla	Familiar	46	25	1.783
Incamasa, S.A.	Puente Genil	Familiar	28	0	840
Promeks Industrial, S.A. (Bod. Ruiz Conde)	Montilla	100% Familia Padillo Morilla	30	10	825
Coop. La Unión De Montilla	Montilla	Cooperativa	12	15	775
Pérez Barquero, S.A.	Montilla	Consejo de Administ	25	6	710
Coop. Vinícola La Purísma	Puente Genil	Cooperativa	6	100	670
Coop. Agrícola La Aurora	Montilla	Cooperativa	18	6	650

FUENTE: ALIMARKET 1996

De hecho, sólo 6 empresas superan los 500 millones de facturación. En el caso de Jerez por ejemplo, esta cifra se elevaba a 25 empresas. Por tanto, puede verse como decididamente, el montante de las actividades realizadas es radicalmente diferente. Adicionalmente, no existen prácticamente cruces accionariales entre las diferentes empresas, por lo que no puede hablarse de la existencia de grupos o conglomerados empresariales. La excepción que confirme la regla sea posiblemente la empresa Alvear, S.A. que tiene la siguiente estructura.

GRÁFICO 5.14: ESTRUCTURA DEL GRUPO ALVEAR



FUENTE: ALIMARKET 1996

El área del Condado de Huelva

Es el área donde posiblemente la crisis se ha dejado notar con mayor claridad. De hecho entre 1980 y 1995 se han perdido casi 900 empleos, lo que supone la desaparición de casi el 90% del empleo existente en 1980. Con ello, en 1995 se contabilizaban en esta área tan sólo 161 trabajadores.

Es necesario destacar, por otro lado, la escasa diversidad empresarial que, como consecuencia de los procesos de transformación experimentados por el subsector vitivinícola en este territorio, queda en el interior del mismo. Según los datos del IEA es posible identificar en el interior de estas localidades 22 establecimientos dedicados a la transformación vitivinícola. Alimarket va más allá e identifica tan sólo tres empresas en el interior del territorio. Es probable que el dato de alimarket sea excesivo, pero lo que sí indica a las claras es que si existen más empresas, las mismas son de tan reducido volumen que su importancia en el contexto del subsector vinícola español es muy reducido. Por tanto, en este caso, los procesos competitivos parece que se han traducido en una espiral de desaparición de establecimientos y empresas, lo que, a su vez, pone en peligro toda una tradición productiva, un saber hacer, en definitiva.

4.1.3. Subsectores arraigados de productividad intermedia: Aceites y Grasas

CUADRO 5.35: EVOLUCIÓN DE ALGUNAS MACROMAGNITUDES RELEVANTES EN EL SUBSECTOR DE ACEITES Y GRASAS¹⁰⁵

	Participación en el valor añadido nacional	Participación en el valor añadido IAA en Andalucía	Participación en el empleo nacional en el subsector	Participación en el empleo generado por la IAA
Año 1980	58,6%	15,6%	59,9%	12,5%
Año 1992	54,9%	12,6%	57,1%	12,3%
Diferencia 80-92	-4,9%	-3,0%	-1,5%	-0,3%
Reducción porcentual de la participación	-8,2%	-19,3%	-2,6%	-2,0%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE LA BASE DATOS EXTRAIDOS DE LA ENCUESTA INDUSTRIAL

Tenía en 1980 una posición muy privilegiada en el conjunto nacional. La participación andaluza en el valor añadido generado por el subsector de Aceites y Grasas rondaba, en este sentido, el 60%. Durante el período objeto de estudio, esta primacía se resiente, pero con todo, la participación andaluza en el total del Estado supera con creces el 50%. Por tanto, la relevancia de la transformación y el envasado de producciones oleícolas es, durante todo el este tiempo, en Andalucía muy grande.

En este caso, se trata de una producción agroalimentaria que, en última instancia, tiene su origen en una producción agraria que también se localiza básicamente en la comunidad autónoma. Por tanto, desde el punto de vista de la articulación de las relaciones agricultura – industria¹⁰⁶, el subsector tiene una especial importancia. Sin embargo, el mercado ha mostrado un cierto grado de saturación de estos productos. En

¹⁰⁵ Idem nota 19.

¹⁰⁶ Dada la importancia de la producción olivarera y dada la importancia de su industria de transformación.

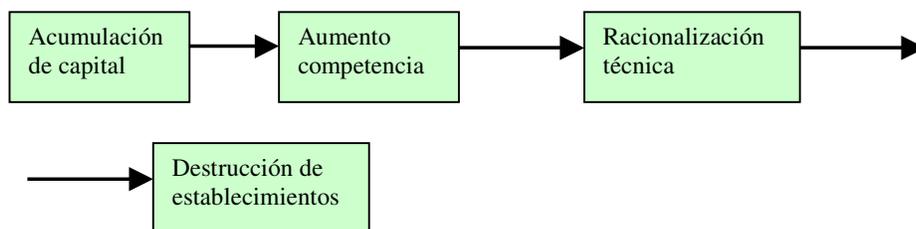
valores monetarios constantes el crecimiento de la producción apenas ha sido del 23%. Frente a esto, como consecuencia de los procesos de racionalización realizados en los distintos establecimientos que componen el subsector, la productividad se ha incrementado en un 46%.

Dado este comportamiento, que prima la innovación en proceso sobre la innovación en producto, capaz de explotar segmentos que permitan una más rápida expansión del consumo de estos productos, durante el período estudiado se asiste a:

- ◆ Fuerte reducción en el número de establecimientos desde 1.058 existentes en 1980 hasta los 764 contabilizados en 1995¹⁰⁷. Es decir, se ha producido una disminución de 264 establecimientos.¹⁰⁸
- ◆ Fuerte reducción en el empleo desde las 8.576 personas ocupadas contabilizadas en 1980 hasta las 5607 existentes en 1995¹⁰⁹. Es decir, se han destruido 2.969 empleos en el período considerado.

Por tanto, el sector de transformación de Aceites y Grasas ha sufrido, si se toman como base de análisis los dos indicadores anteriores un proceso de transformación estructural arquetípico. Se ha reducido considerablemente tanto el número de establecimientos como los niveles de empleo. Esto es, vuelve a darse la secuencia de transformación enunciada con anterioridad.

GRÁFICO 5.15: ELEMENTOS CLAVE DE LA DINÁMICA TRANSFORMADORA EN EL SUBSECTOR DE VINOS, LICORES Y ALCOHOLES



FUENTE: ALIMARKET 1996

Esto ha dado lugar a que aumente la concentración territorial de la industria transformadora de los Aceites y Grasas. Este aumento de la concentración territorial de la industria puede verse a través de la utilización de diferentes indicadores. Si se observa, por ejemplo, el porcentaje de empleo situado en las grandes ciudades de la

¹⁰⁷ Base de datos INE, 1995.

¹⁰⁸ Esta reducción en el número de establecimientos se debe, fundamentalmente, a la disminución en el número de almazaras. En 1980, las almazaras utilizaban todavía un sistema tradicional de prensado, con lo que su capacidad de molturación no era muy elevada ni tampoco su umbral de rentabilidad. La introducción de nuevos sistemas mecánicos de extracción del aceite, primero de tres fases, luego de dos (Espinosa, 1996) ha significado la desaparición de buena parte de las almazaras tradicionales que no han sido capaces, por un lado, de cambiar sus sistemas de molturación o que sencillamente tenían un “mercado” inferior al umbral de rentabilidad mínimo exigido por las nuevas tecnologías (Mili, 1994).

¹⁰⁹ Base de datos INE, 1995.

región, se puede percibir como el mismo, aún siendo todavía pequeño (17,5%), ha sufrido un aumento muy sustancial en el período 1980-1995, pasando casi a triplicar su peso relativo en el total del empleo del sector.¹¹⁰

Adicionalmente, en el período considerado 104 municipios que tenían algún (os) establecimiento (s) dedicado (s) a la transformación de Aceites y Grasas lo(s) han visto desaparecer. Esto habla claramente de la tendencia a la exclusión de las zonas rurales de los procesos de generación de valor y también de la destrucción de los establecimientos más tradicionales y de mayor vocación artesana.

CUADRO 5.36: EMPLEO EN EL SUBSECTOR DE ACEITES Y GRASAS EN ÁREAS RURALES Y URBANAS

	Porcentaje empleo 1980	Porcentaje empleo 1995
Áreas urbanas	6,1%	17,5%
Áreas rurales o semirurales	93,9%	82,5%

FUENTE: BASE DE DATOS DEL INE (1995) Y BASE DE DATOS DEL INE(1980) A PARTIR DE LOS REGISTROS CONTENIDOS EN EL CENSO INDUSTRIAL (1978)

CUADRO 5.37: AGRUPACIÓN DE LOS MUNICIPIOS DE ACUERDO CON SU NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS AGROALIMENTARIOS

	Número de municipios 1980	Número de municipios 1995	Variación nº municipios afectados
Menos de 3 establecimientos	332	265	-67
De 4 a 5 establecimientos	41	25	-16
De 6 a 10 establecimientos	31	23	-8
De 10 a 20 establecimientos	13	2	-11
Más de 20 establecimientos	2	0	-2
Total	419	315	-104

FUENTE: BASE DE DATOS DEL INE (1995) Y BASE DE DATOS DEL INE(1980) A PARTIR DE LOS REGISTROS CONTENIDOS EN EL CENSO INDUSTRIAL (1978)

Sin embargo, con todo, el proceso no ha sido excesivamente traumático. Por ejemplo:

- ♦ Todavía el número de municipios con establecimientos en el subsector es elevado (315), lo cual indica la existencia, en un contexto de transformación estructural, de importantes niveles de arraigo en el interior del mismo.

¹¹⁰ Por otro lado, esta tendencia a la concentración espacial ha sido anticipada en el análisis realizado de la distribución territorial de la inversión en el subsector. Por tanto, el análisis de los patrones de localización espacial de la inversión y del empleo coinciden en señalar la existencia de una tendencia a la concentración espacial de las actividades en el sector.

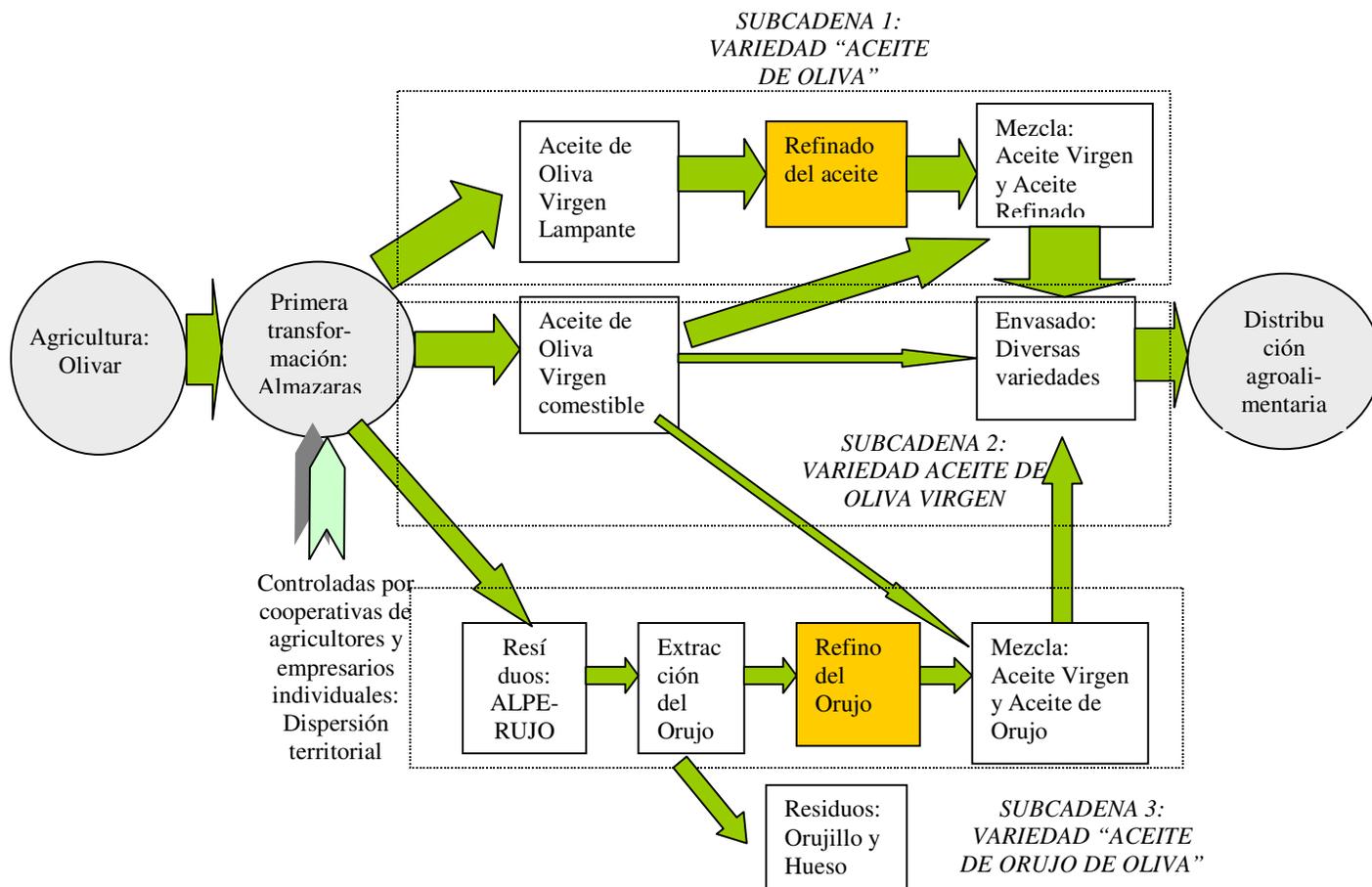
- ◆ Adicionalmente, los mismos se sitúan todavía de forma muy significativa en entornos rurales. Casi la mitad de los municipios de la región tienen todavía un establecimiento dedicado a la transformación de Aceites y Grasas.

Curiosamente, esto se ha producido en un contexto de reducida rentabilidad de la actividad de transformación del aceite¹¹¹ que ha motivado que los procesos competitivos hayan sido, durante el período considerado mucho menos virulentos de lo que, en otros escenarios, hubiera sido posible. En todo caso, para entender la dinámica de transformación del subsector es necesario recordar las especiales características de la “filière” del Aceite de Oliva, básico en la evolución del subsector.¹¹²

¹¹¹ La tasa de rentabilidad (excedente bruto de explotación / producción bruta) del subsector de Aceites y Grasas, tal y como se vio en el capítulo 4. es la más baja de toda la IAA. En este sentido, se sitúa en el 8,3% frente al 15,8% del conjunto de la industria agroalimentaria en 1980. Esto es corroborado por uno de los empresarios entrevistados. Se trataba de una empresa de gran dimensión fuertemente posicionada en el segmento de la aceituna de mesa, con cierta producción de aceite de oliva, pero de mucho menor cuantía. Preguntado sobre si no tenían interés en aumentar su presencia en el envasado y distribución de aceite de oliva indicó *“El aceite es una actividad donde cuesta mucho trabajo ganar dinero. Un camión cisterna de aceite cuesta 6 o 7 millones de pesetas y después los márgenes de los que dispones no compensan esa inversión. Es más fácil apostar por otras actividades en las que hay más mercado y menos competencia”*

¹¹² Evidentemente, la “filière” o cadena de valor del aceite de oliva no agota el subsector de Aceites y Grasas. Existen otras producciones importantes, en particular el girasol y, en general, todos los aceites de semillas. No obstante, las empresas que se dedican a la extracción, refinado y envasado de estos aceites coinciden en una alta proporción con las que realizan idénticas actividades para el aceite de oliva. Por tanto, el estudio de la cadena de valor del aceite de oliva puede proporcionar una radiografía bastante nítida de la realidad del conjunto del sector.

GRÁFICO 5.16: EXPOSICIÓN SINTÉTICA DE LA CADENA DE VALOR DEL ACEITE DE OLIVA¹¹³



Lo primero que hay que destacar es la complejidad de la "filière"¹¹⁴ del aceite de oliva que todavía sería más significativa, si se hubiese incorporado a la misma la aceituna de mesa, producción íntimamente ligada a la oleícola. Esta complejidad de la cadena de valor del aceite de oliva es la primera fuente de diversidad en el interior del subsector. Existen distintos tipos de organizaciones productivas especializadas en cada una de las

¹¹³ Esta "versión" de la cadena de valor del aceite de oliva ha sido realizada sobre la base de la información recogida de las entrevistas en profundidad realizadas a empresarios del sector. Igualmente, se han consultado algunas fuentes bibliográficas, en especial, el texto de Samir Mili (1994) *Organización de mercados y estrategias empresariales en el subsector del aceite de oliva*.

¹¹⁴ El origen último que explica la forma concreta tomada por una filière o cadena de valor no es fácil de determinar. Básicamente, es el resultado de una evolución histórica que ha ido conformando la actividad, los distintos tipos de empresas que coexisten en su interior y las relaciones entre las mismas. Pero también tiene un fundamento técnico. Las distintas empresas existen sobre la base de que cada una de ellas está especializada en una fase del proceso. Que el proceso se haya dividido en esas y no en otras fases depende mucho de la tecnología empleada. Pero también tiene, hasta cierto punto, un soporte legal. La "filière" del aceite de oliva se divide en 3 subcadenas, tal y como indica el gráfico. Estas tres subcadenas se corresponden, a su vez, con tres tipos de productos (Aceite de oliva virgen, aceite de oliva y aceite de orujo de oliva). Estos tres productos, a su vez, se encuentran reconocidos a nivel comunitario. Las mezclas, por ejemplo, de aceite de oliva con otros aceites se encuentran, desde los años 60 en España prohibidas por la normativa. En este sentido, cambios en la normativa puede producir cambios en la forma en la que la cadena de valor se articula.

fases del proceso de transformación (almazaras, refinadoras de lampante, refinadoras de orujo, extractoras de orujo y envasadoras). La diversidad del subsector se refleja también en el elevado número de establecimientos existentes en 1995, 794. Dado este hecho, habría que esperar un mercado distribuido entre un gran número de productores. Una situación parecida a la competencia perfecta. Nada más lejos de la realidad. Esto puede observarse en el siguiente cuadro.

CUADRO 5.38: ESTADÍSTICA DE LAS VENTAS DE ACEITES ENVASADOS CON MARCA EN ESPAÑA EN 1995

Razón Social	Porcentaje oliva y orujo
Grupo Eridania ¹¹⁵	35,4%
Agra, S.A. ¹¹⁶	10,2%
Grupo Frint ¹¹⁷	7,8%
Coosur	6,8%
Aceites del Sur, S.A.	4,3%
Coreysa	3,1%
Aceites Borges Pont	2,7%
Hijos de Ybarra, S.A.	2,0%
Aceites Monterreal, S.A.	1,9%
Mueloliva, S.L.	1,9%

FUENTE: ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIALES ENVASADORES Y REFINADORES DE ACEITES

Como puede observarse, más del 75% del mercado final del aceite de oliva está controlado por 10 grupos empresariales, lo que contrasta con un sector donde sólo en Andalucía se contabilizan 109 empresas.¹¹⁸ Se asiste, por tanto, a una paradoja de cómo es posible que coexista un gran número de empresas, con un fuerte control de la demanda de parte de un único grupo empresarial. Pues bien, dentro del subsector aceitero pueden distinguirse, a partir del gráfico anterior, en términos muy generales, cuatro tipos diferentes de establecimientos (Mili, 1996).

- ◆ **Almazaras** (encargadas de la molturación de la aceituna y de la consiguiente obtención de aceite de oliva virgen, directamente consumible o no)
- ◆ **Extractoras de orujo**, encargadas de la extracción de aceite crudo de orujo a partir de los residuos de la molturación (alperujo)

¹¹⁵ El Grupo Eridania controla directa o indirectamente las siguientes empresas: Koipe S.A., Aceites Carbonell S.A., Aceites Elosua S.A., Macisa y Salgado S.A. (Alimarket, 1996)

¹¹⁶ El 100% del accionariado de Agra, S.A. se encuentra en poder de la transnacional holandesa Univelor (Alimarket, 1996)

¹¹⁷ El grupo Frint de capital francés controla directamente las empresas Aceites Toledo, S.A. y Agribética, S.A.

¹¹⁸ Recogidas en el anuario Alimarket

- ◆ **Refinadoras** (de virgen no comestible o de orujo crudo) destinadas a hacer comestibles aceites que sin un tratamiento previo no son aptos para el consumo humano

- ◆ **Envasadoras**

Estos diferentes tipos de establecimientos, en realidad, son complementarios entre sí. Las almazaras molturan la aceituna y obtienen aceite, aunque buena parte de su producción no es apta para el consumo humano. Para rentabilizar al máximo la aceituna molturada es necesario ‘valorizar’ tanto el denominado aceite virgen lampante (no directamente comestible) como el principal residuo del proceso de molturación, el alperujo. A este último propósito sirven las extractoras de orujo que tratan un residuo que, de lo contrario no tendría ningún valor económico.¹¹⁹ Al propósito de rentabilizar al máximo el virgen lampante sirven las refinadoras.

Sin embargo, ni las refinadoras, ni las extractoras podrían desarrollar su actividad sin el previo concurso de las almazaras. Estas últimas organizan la cadena de valor. En primer lugar, porque coordinan la producción de un gran número de agricultores, es decir, desempeñan una función logística. En segundo lugar, porque tienden a localizarse cerca de los centros de producción agrícola lo que minimiza los costes de transporte.¹²⁰ Existe, por tanto, una interdependencia entre los distintos eslabones. Aunque no todo es armonía entre los mismos. En el interior de la cadena de valor del aceite de oliva también existen una serie de luchas. Para comprender la esencia de las mismas, hay que referirse a las tres subcadenas de valor que forman la cadena de valor del aceite de oliva:

- ◆ **Subcadena 1:** Aceite de oliva

- ◆ **Subcadena 2:** Aceite de oliva virgen

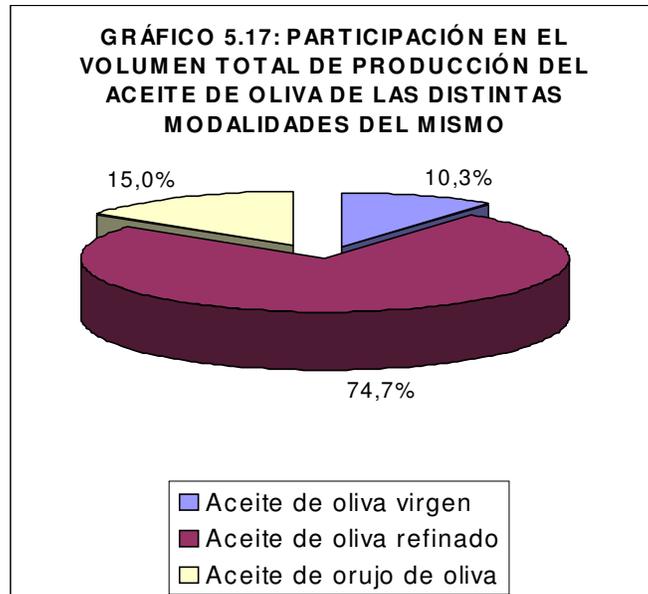
- ◆ **Subcadena 3:** Aceite de orujo de oliva

En la actualidad, la subcadena dominante es la primera¹²¹. La cuota de mercado de cada una de las modalidades de aceite de oliva se reflejan en el siguiente cuadro.

¹¹⁹ Todo lo contrario, según la normativa legal vigente la almazara debe ocuparse de que sus residuos no contaminen con lo que el alperujo sería, de no existir las extractoras, no sólo un elemento sin valor, sino un problema del que para desembarazarse habría que incurrir en un coste importante.

¹²⁰ Razones dadas por los expertos para que no se haya producido una mayor concentración en este segmento de la cadena de valor.

¹²¹ La relación entre las tres subcadenas aparece desarrollada en el gráfico 5.16.



FUENTE: ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIALES ENVASADORES Y REFINADORES DE ACEITES

Además, pese a que el aceite de oliva refinado acapara más del 70% del mercado, de las 119 empresas contabilizadas por Alimarket en la región únicamente 17 tienen instalaciones refinadoras. Por tanto, más del 70% del mercado se encuentra en manos de muy pocas empresas.¹²²

¹²² Esto explica la gran cuota de mercado del grupo Eridania – Beghin – Say, que se vio en el cuadro anterior.

CUADRO 5.39: PRINCIPALES EMPRESAS ACEITERAS CON RAZÓN SOCIAL REGISTRADA EN ANDALUCÍA EN 1995

Razón Social	Forma Jurídica	Localidad	Provincia	Segmentos de Mercado	Refino	Empleo Fijo	Empleo Eventual	Facturación (en millones de ptas 1995)
Aceites Carbonell, S.A.	S.A.	Alcolea de Córdoba	Córdoba	Oliva	Con Refino	332	33	64.141
Miguel Gallego, S.A. (MigaS.A.)	S.A.	Dos Hermanas	Sevilla	Girasol, Oliva y Semillas	Con Refino	33	64	32.400
Agribética	S.A.	Brenes	Sevilla	Girasol y Oliva	Con Refino	60	0	22.000
Corp. Olivarrera Del Sur (Coosur)	S.A.	Vilches	Jaen	Girasol, Oliva y Semillas	Con Refino	146	9	21.583
Mueloliva (Grupo)	S. L.	Priego de Córdoba	Córdoba	Girasol y Oliva	Con Refino	15	42	17.000
Aceites Del Sur	S.A.	Dos Hermanas	Sevilla	Sin Espec.	Con Refino	36	40	16.476
Minerva	S.A.	Málaga	Málaga	Oliva	Con Refino	47	0	12.600
Coop. Oleicola Hojiblanca	Coop. 2º Grado	Antequera	Málaga	Oliva	Sin Refino	7	20	12.436
Industrias Derivadas Del Olivo	S.A.	La Luisiana	Sevilla	Girasol y Oliva	Con Refino	40	50	10.600
Coop. Agro Sevilla	Coop	Sevilla	Sevilla	Oliva	Sin Refino	5	0	9.722
Hijos De Ybarra	S.A.	Dos Hermanas	Sevilla	Sin Especificar	Con Refino	146	0	9.600
Coop. Cordoliva	Coop	Villarrubia	Córdoba	Oliva	Sin Refino	10	4	9.214
Coreysa	S.A.	Osuna	Sevilla	Girasol, Oliva y Semillas	Con Refino	17	45	7.632
Oleicola Granadina	S.A.	Santa Fe	Granada	Oliva	Con Refino	13	0	6.763
Ángel Camacho, S.A.	S.A.	Morón De La Frontera	Sevilla	Girasol y Oliva	No Se Sabe	53	68	6.740
Aceites Monterreal, S.A.	S.A.	Villa Del Río	Córdoba	Sin Espec.	Con Refino	21	17	4.888
Suroлива (Grupo)	S.A.	Torredonjimeno	Jaen	Oliva	Con Refino	Sin Espec.	Sin Espec.	4.800

FUENTE: ALIMARKET 1996

Siguiendo esta misma línea de razonamiento puede entenderse como de las 18 empresas que en 1995 facturaron más de 4.800 millones de pesetas, 13 de ellas poseían refinadora.¹²³ De esto se deduce que existe una asociación muy fuerte entre tamaño empresarial y realización de actividades de refino. O dicho de otra forma, las grandes

¹²³ Alimarket, 1996.

empresas del sector son, en general, las refinadoras. Es decir, es la actividad de refino la que en la actualidad controla la cadena de valor.¹²⁴ No es por ello de extrañar que las iniciativas de concentración se hayan dirigido precisamente a las empresas refinadoras de aceite. Con lo cual puede afirmarse que en el sector existen dos grandes grupos de compañías y, por tanto, de establecimientos:

- ◆ Los ligados a pequeños productores locales, que suelen realizar tareas de primera transformación de la producción (almazaras y extractoras).
- ◆ Los asociados a grupos empresariales que, en el ejercicio de su actividad, necesitan de importantes montantes de capital y que se concentran en la realización de tareas de segunda transformación de las producciones oleícolas (refinadoras).

Por tanto, el sector de Aceites y Grasas tiene un carácter mixto, con grandes establecimientos fuertemente capitalizados que controlan los principales flujos que llegan al final de la cadena de valor (refinadoras) y pequeños establecimientos de origen artesanal (aunque actualmente también con niveles de mecanización muy significativos¹²⁵) al inicio de la misma. Los procesos de transformación son muy diferentes en uno y otro segmento. Ambos se encuentran afectados por la dinámica impuesta por los procesos de acumulación, pero de forma distinta. En el caso de las almazaras, se ha producido un fuerte cambio en los procesos de molturación de la aceituna. En poco más de 10 años se ha pasado de los sistemas de prensado tradicional a la utilización de nuevos sistemas mecánicos, primero de tres fases y luego de dos. Estos cambios han supuesto un aumento en la cantidad y la calidad de aceite de oliva virgen obtenido y, consiguientemente, una reducción del contenido oleico de los residuos. Dicho en otros términos, las almazaras han aumentado significativamente su productividad (Espinosa, 1996). No obstante, este cambio no se ha traducido en el crecimiento de la demanda de la producción de aceites de elevada calidad, que ahora se obtienen en mayor cantidad. Los intereses de los grandes grupos empresariales que controlan el refino y las relaciones con la distribución no van por esas vías.¹²⁶

Pero, si las industrias de primera transformación se han embarcado en un proceso de crecimiento de la producción y cambio técnico, las industrias de segunda transformación no le van a la zaga. Esto, precisamente, se desprende del análisis comparado de la inversión¹²⁷ y el empleo. Así, mientras que las inversiones se dirigen básicamente a ciertas refinadoras (situadas por ejemplo en Andújar o en Sevilla), el peso del empleo generado por los establecimientos situados en las zonas productoras es muy significativo.

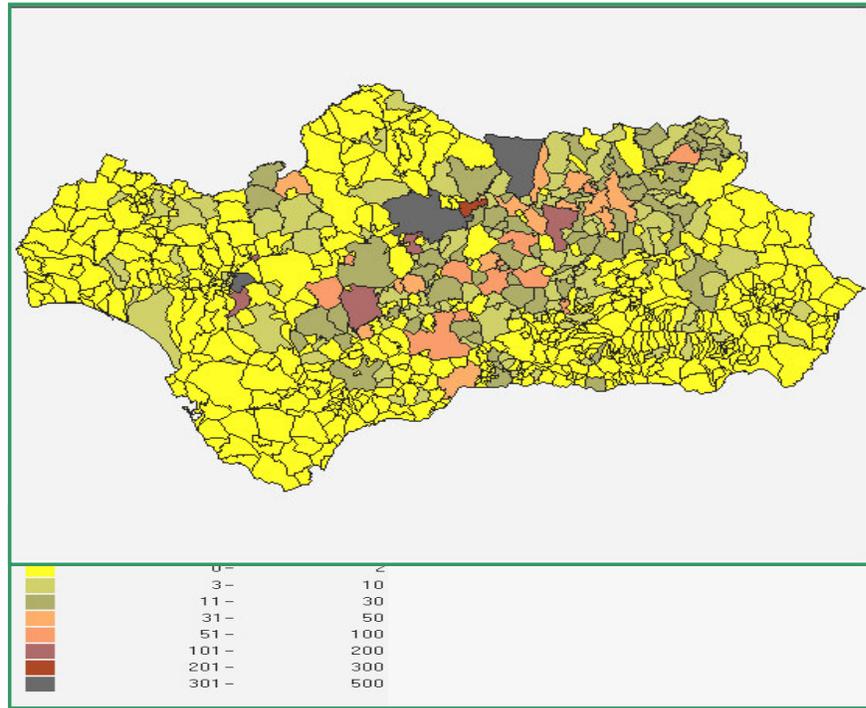
¹²⁴ Para indicar este dominio, la actividad de refino aparece en el Gráfico 5.14 con color naranja.

¹²⁵ Los cambios tecnológicos experimentados en las almazaras se encuentran minuciosamente descritos en el artículo de Espinosa (1996) "Cambios tecnológicos en la extracción del aceite de oliva virgen".

¹²⁶ Las grandes corporaciones optan, por el contrario, por un tipo de estrategia en la que el aceite siga siendo un producto de consumo de "masas" con una importancia de la "competencia en precios" muy significativa y con una cierta pasividad a la hora de identificar nichos de mercado y, propiciar de esta forma, una segmentación del mercado.

¹²⁷ Los datos de inversión han sido tomados del Registro Industrial para el período 1984-1994

MAPA 5.6: DISTRIBUCIÓN DEL EMPLEO EN EL SUBSECTOR DE ACEITES Y GRASAS EN 1995

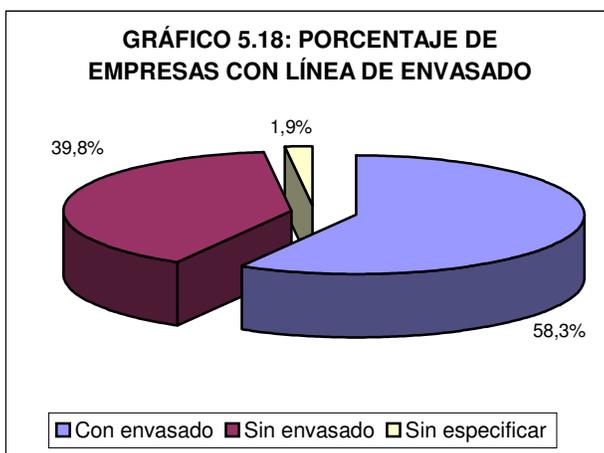


CUADRO 5.40: DISTRIBUCIÓN DEL EMPLEO POR MUNICIPIOS EN EL SUBSECTOR DE ACEITES Y GRASAS EN 1995

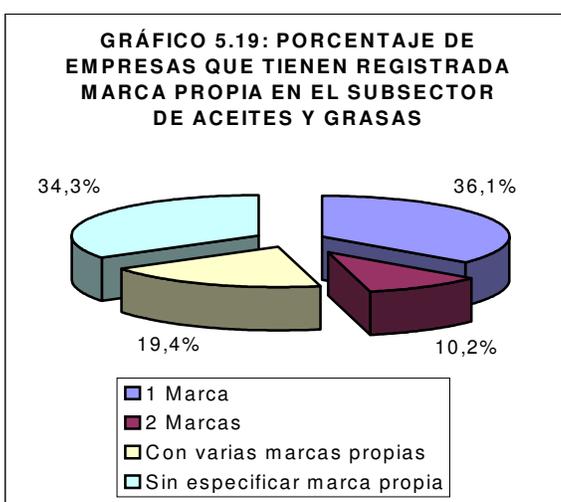
	Establecimientos	Empleo	Porcentaje de empleo acumulado
Sevilla	2	338	6,4%
Andújar	11	335	12,8%
Córdoba	3	312	18,7%
Bujalance	16	226	23,0%
Osuna	8	199	26,8%
Jaén	6	185	30,3%
Rambla (La)	3	155	33,2%
Brenes	1	140	35,9%
Dos Hermanas	6	103	37,8%
Martos	12	96	39,6%
Priego de Córdoba	9	71	41,0%
Villanueva de Algaidas	7	71	42,3%
Cabra	7	66	43,6%
Luisiana (La)	1	65	44,8%
Ibros	3	62	46,0%
Alcalá la Real	18	60	47,1%
Marchena	5	60	48,3%
Atarfe	2	55	49,3%
Beas de Segura	9	53	50,3%
Antequera	2	52	51,3%
Alanís	2	50	52,2%

FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA

En definitiva, las industrias de segunda transformación acaparan buena parte de la inversión realizada y del empleo total. Sin embargo, existe una respuesta a estos procesos de parte de las cooperativas que controlan la primera transformación. Por ejemplo, los procesos inversores adquieren una importancia notable en municipios como Arjonilla, Torreperogil, La Roda de Andalucía, Marchena, etc.¹²⁸ Es decir, pese a la tendencia al desarrollo de ventajas competitivas durante la última década, el tejido industrial endógeno del sector todavía mantiene una densidad importante y una articulación territorial significativa en ciertas áreas. Por esta razón, en 1995 aún existe en este subsector un número importante de establecimientos productivos nacidos de la industria local, que mantienen un elevado grado de dispersión territorial. Su posición no se ha visto definitivamente comprometida por las estrategias inversoras de las grandes corporaciones, sino que, todavía mantienen una densidad que indica la existencia de un cierto grado de maniobra para los mismos. Así, se observa un creciente interés de las almazaras por llegar directamente al mercado, es decir, por envasar su propio aceite y venderlo bajo marca propia.



FUENTE: ALIMARKET 1996



FUENTE: ALIMARKET 1996

¹²⁸ Ver cuadro 4.23.

La evolución futura de las pautas locacionales en el sector dependerá, en buena medida, del resultado de esta lucha. Si las cooperativas agrarias y productores individuales consiguen desarrollar ventajas competitivas y reequilibrar las relaciones de poder en el interior de la cadena de valor, el empleo tenderá a concentrarse en determinadas áreas rurales. Estos serán los territorios en los que se localicen las empresas que se han beneficiado en mayor medida del cambio en el entorno. Esto supondría cuando menos frenar el creciente protagonismo de las áreas urbanas en el sector y con ello uno de los principales elementos que en el futuro pueden “desertizar agroindustrialmente” las zonas rurales andaluzas.

Si, por el contrario, son las refinadoras sin arraigo espacial las que imponen su lógica, el empleo y, sobre todo, los circuitos generadores de valor también tenderán a concentrarse, pero preferentemente, en zonas urbanas. Con ello, se incide en un aumento del poder del final de la cadena de valor que, perjudica a los agricultores y las agroindustrias más directamente vinculados a los mismos. Esto significa en última instancia, el debilitamiento de la cohesión de la cadena de valor y la creciente marginación de las comunidades rurales de los circuitos de generación de riqueza. Hasta ahora, no obstante, a tenor de los datos y, pese al fuerte proceso de transformación experimentado por las almazaras, esta última ha sido la tendencia dominante. Es decir, pese al soterrado conflicto existente, a día de hoy la correlación de fuerzas en el mercado favorece a las refinadoras, lo que, a su vez, tiene consecuencias económicas, sociales y territoriales inmediatas.

4.1.4. Sectores arraigados de baja productividad: Panadería y Molinería

CUADRO 5.41: EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES AGREGADOS ECONÓMICOS Y MONETARIOS RELEVANTES EN EL SUBSECTOR DE PANADERÍA Y MOLINERÍA¹²⁹

	Participación en el valor añadido nacional	Participación en el valor añadido IAA en Andalucía	Participación en el empleo nacional en el subsector	Participación en el empleo generado por la IAA
Año 1980	15,5%	27,3%	17,1%	16,2%
Año 1992	15,8%	30,1%	15,3%	16,5%
Diferencia 80-92	0,3%	2,8%	-1,8%	0,3%
Reducción porcentual de la participación	1,9%	10,3%	-10,3%	1,6%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA SOBRE LA BASE DATOS EXTRAIDOS DE LA ENCUESTA INDUSTRIAL

La evolución de este subsector, pese a su escasa productividad en 1980 y su alto nivel de arraigo, sigue las mismas pautas que los anteriormente estudiados. En este sentido, se produce:

- ♦ Un crecimiento de la productividad (44,8%) muy por encima del crecimiento del valor añadido (36,9%)

¹²⁹ Idem nota 19

- ◆ Una reducción en el número de establecimientos desde los 4.535 existentes en 1980 hasta los 2.674 existentes en 1995 (lo que representa una disminución del 38,5% en el número de establecimientos)
- ◆ Un descenso del empleo desde los 18.740 trabajadores empleados en 1.980 hasta los 15.118 existentes en la actualidad (lo que, en términos relativos supone un decremento del 19,3%)

Por tanto, incluso en una actividad tradicional, la dinámica de transformación estructural se ha saldado con una significativa reducción del número de establecimientos y de empleos. Pero para entender con más detalle la razón de este comportamiento es necesario profundizar un poco más en el subsector en el que nos encontramos.

**CUADRO 5.42: DISTRIBUCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS Y EMPLEOS
ENTRE LOS DIFERENTES SEGMENTOS QUE COMPONEN EL SUBSECTOR
DE PANADERÍA Y MOLINERÍA**

Segmento	Nº de establecimientos	Participación establecimientos en el subsector	Nº de trabajadores	Porcentaje empleo en el subsector
Molituración de trigo	108	2,6%	778	5,6%
Molituración de otros granos	17	0,4%	111	0,8%
Fabricación de Pan y Productos de panadería frescos	2.563	62,5%	7.111	51,5%
Fabricación de productos de pastelería	303	7,4%	550	4,0%
Fabricación de productos de panadería y pastelería de larga duración	682	16,6%	2.215	18,5%
Fabricación de productos de confitería	239	5,8%	1.200	8,7%
Otros	59	1,4%	43	0,61%
Sin especificar	130	3,2%	1.471	10,7%
Total general	4.101	100,0%	13.816	100,0%

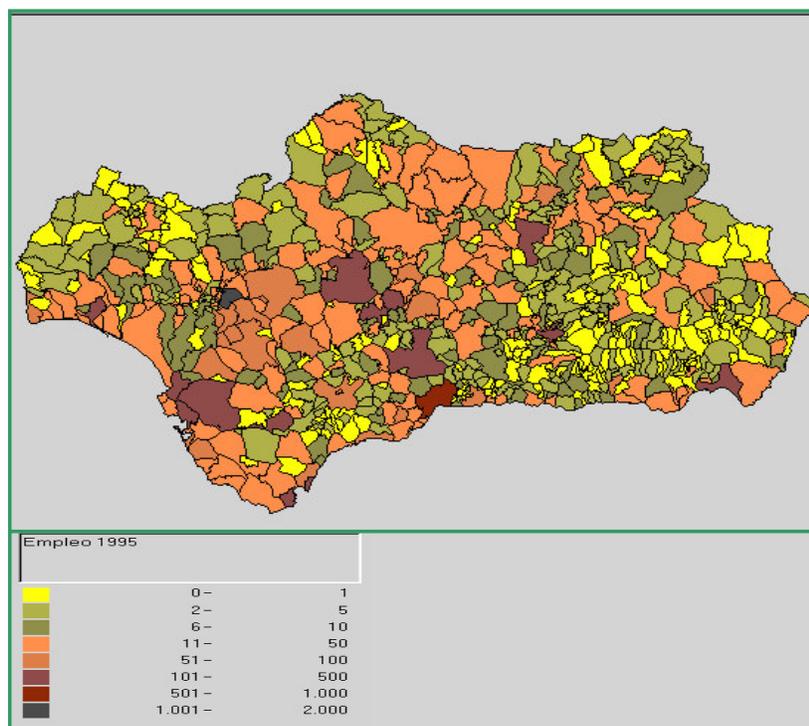
FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA

Como puede observarse la mayor parte de los establecimientos (62,5%) y la mayoría del empleo ha sido generado por el segmento de “fabricación de pan y productos de panadería frescos”. A grupa las denominadas actividades de elaboración de pan fresco o “panaderías tradicionales”. Esta actividad, por su carácter fuertemente perecedero es muy sensible al efecto friccional producido por el espacio. Es decir, dados los actuales patrones de consumo, donde el pan es un producto que se elabora y compra a diario, es lógico que los establecimientos encargados de elaborarlo se sitúen cerca de los lugares de consumo y por tanto, tiendan a dispersarse por el territorio. Es decir, tradicionalmente, las industrias panaderas se han repartido por pueblos y ciudades,

procediendo a la ocupación de su espacio. Por ello, el tejido urbano de obradores de pan ha sido tradicionalmente muy denso.¹³⁰

Tanto que, incluso, pese al proceso de concentración espacial experimentado, en 1995, casi el 85% de los municipios de la región (645) tienen registrado algún empleo dentro del mismo. Por otro lado, el municipio que más empleo concentra (Sevilla) apenas llega a representar el 9% del total regional. Esto da claramente a entender que uno de los factores fundamentales para la localización de las actividades sigue siendo la cercanía a la demanda. Por ello, no es de extrañar que los establecimientos se sitúen cerca de los lugares de residencia de la población. De este modo, el sector de “panaderías tradicionales” es, o al menos ha sido, de facto, un sector protegido de la competencia exterior, en el que los productores regionales han podido desarrollar su actividad sin la presión ejercida por la actividad desarrollada por empresas mayores, más evolucionadas organizativamente y con un mayor stock de capital.

MAPA 5.7: DISTRIBUCIÓN DEL EMPLEO EN EL SUBSECTOR DE PANADERÍA Y MOLINERÍA EN 1995



FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA

¹³⁰ También existen otro índole de razones. En particular, los patrones de demanda siguen expresando una fuerte preferencia por el pan elaborado a diario o “pan fresco” frente al denominado popularmente “pan de molde” (que técnicamente recibe el nombre de pan de larga duración). Esta preferencia ha limitado el alcance potencial de las economías de escala en el sector. El sector de panadería de larga duración no ha afrontado, por el momento, la producción en masa de productos perecederos de elaboración diaria. Por ello, a lo largo de las entrevistas realizadas, ha podido ponerse de manifiesto como el capital mínimo necesario en una panadería tradicional es muy reducido. Sobre la base de las entrevistas realizadas podría afirmarse que se encuentra alrededor de los 10 millones de pesetas. La preferencia por los productos frescos, la cercanía al cliente y las reducidas barreras de entrada explican la existencia de una red tan extensa de obradores de pan en la región.

Con todo, este segmento no se encuentra al margen de los procesos de acumulación de capital. Pese a que no exista el acicate de la competencia más allá del límite impuesto, en el más extremo de los casos por la comarca, se ha producido un proceso de competencia y de crecimiento, sólo que en este caso, liderado por empresas locales. En este sentido, las redes de “despachos de pan” controladas por una misma empresa comienzan a ser moneda de cambio.¹³¹ Es decir, se ha producido, al menos en algunos casos, un proceso de fuerte acumulación de capital.¹³² Esto abre la posibilidad de que en el futuro, aunque los comercios (los despachos de pan) permanezcan dispersos por el territorio, la industria de transformación (los hornos) tiendan a estar controlados por empresas que, de este modo, pueden aprovechar las “economías de escala” derivadas de dicha concentración.

Sin embargo, pese a ello, no todos los establecimientos pueden ser considerados “panaderías tradicionales”. También existe en la región una presencia, aunque menor, de la denominada panadería y pastelería industrial. Son actividades muy mecanizadas y para cuyo funcionamiento resultan necesarios importantes capitales. En este sentido, los mayores establecimientos presentes en la región pertenecen a grandes corporaciones empresariales que tienen el centro de sus actividades normalmente muy lejos de la región. Es decir, los principales establecimientos de la región son propiedad de grupos transnacionales de capital foráneo.

CUADRO 5.43: ALGUNOS DE LOS PRINCIPALES ESTABLECIMIENTOS DEL SUBSECTOR DE PANADERÍA Y MOLINERÍA

Localidad	Empresa	Empleo
Sevilla	Donut Corporation de Sevilla	428
Málaga	Donut Corporation de Málaga	240
Puente Genil	Alimentaria del Genil	170

FUENTE: DIRECTORIO DE EMPRESAS DEL INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA¹³³

Sin embargo, pese a ello, se ha desarrollado en Andalucía un segmento de productores que realizan actividades de confitería industrial (8,7% del empleo del subsector),¹³⁴

¹³¹ De hecho, a partir de los datos obtenidos del anuario de Alimarket se constata como en Andalucía existían en 1995 importantes empresas controladas por empresarios de la región dedicadas al suministro de pan fresco. Es el caso, por ejemplo de las empresas controladas por la familia Polvillo (Fapanys, S.A.; Comercial de Panadería y Alimentación entre otras.), del Horno de San Buenaventura, S.A.; de Hnos Ordoñez en Cádiz o del grupo La Canasta, S.L. en Málaga. Todas estas empresas tienen ventas declaradas superiores a los 1.000 millones de pesetas (Alimarket 1996).

¹³² Esto se concluye igualmente de las entrevistas semiestructuradas realizadas y que muestran en algún caso, las dificultades derivadas ya que el crecimiento de la actividad era muy superior a la capacidad de la gerencia para conducirla.

¹³³ Idem nota 51.

¹³⁴ Posiblemente, la participación real en el empleo sea mucho más elevada. Sobre la base de las entrevistas semiestructuradas realizadas se puso de manifiesto que la Encuesta Industrial y las Bases de Datos del IEA captaban mal la fuerte estacionalidad de estas producciones. Por ejemplo, en la visita a Hermanos Galván SL, empresa propietaria de la marca La Estepeña, que en la Base de Datos del IEA constaba como una empresa de 10 trabajadores, se puso de manifiesto que estos 10 trabajadores se

encontrándose estas empresas controladas por agentes locales. Se trata de productores que explotan “nichos de mercado” muy concretos (los mantecados, el turrón y otros dulces de Navidad) que, parcialmente debido a su especificidad,¹³⁵ han quedado al margen de las estrategias de expansión de los grandes grupos de panadería industrial presentes en España.

correspondían con los trabajadores fijos de carácter indefinido, es decir, contratados por la empresa durante todo el año. Pero la empresa contaba, además, con 250 trabajadores de campaña. Es decir, contrataba durante el período Octubre – Diciembre a 250 personas más, que no habían sido contabilizadas en los registros estadísticos. En este sentido, otras fuentes de datos en principio menos “fiables” resulta que dan una imagen más fiel de la realidad. Esta es la razón por la que se han utilizado datos extraídos de Alimarket para la elaboración del cuadro 5.44.

¹³⁵ Son producciones un tanto especiales por varios motivos. En primer lugar, porque, al menos en su origen se ligan con determinadas formas de saber – hacer locales que, por distintas circunstancias, son capaces en un cierto momento de captar mercados a escala regional o nacional. Por tanto, se encuentran ligadas a las tradiciones productivas dominantes en ciertos municipios y requieren de un aprendizaje que actividades de carácter más estándar no precisan. Pero, adicionalmente, son producciones que suelen poseer un alto grado de estacionalidad. Requieren, por tanto, inversiones de capital que, únicamente, pueden ser rentabilizadas en un período concreto del año. Esto las hace hasta cierto punto “inmunes” a las estrategias de penetración de las grandes corporaciones agroalimentarias que prefieren especializarse en producciones más estables.

**CUADRO 5.44: PRINCIPALES EMPRESAS DE CONFITERÍA INDUSTRIAL
QUE TIENEN SU SEDE EN ANDALUCÍA EN 1995**

Razón Social	Forma Jurídica	Localidad	Segmentos Mercado	Empleo Fijo	Empleo Eventual	Facturación
Productos J. Jimenez	S.A.	Alcaudete	Confitería y Turrón	30	217	1.100
Galván Fernández, Hnos	S.L.	Estepa	Mantecados	8	230	1.095
José Joaquín Robles Borrego	Individual	Estepa	Mantecados	8	120	600
E. Moreno	S.L.	Estepa	Mantecados	9	170	560
Productos Mata	S.A.	Alcaudete	Dulces y Platos Precocinados Vegetales	13	100	510
Dulcestepa	S.A.	Estepa	Caramelos	22	3	487
El Mesías	S.L.	Estepa	Mantecados	8	100	420
Primitivo Pico	S.A.	Lucena	Turrónes y Frutas Glaseadas	13	34	411
De La Cruz Hermanos	S.L.	Estepa	Mantecados y Pastelería Industrial	4	94	362
Dulces Artesanos de Estepa	S.L.	Estepa	Mantecados	3	129	360
José Toro Cejudo	Individual	Estepa	Mantecados	0	102	332
Manzano Gamito, Hnos	S.L.	Estepa	Mantecados	4	80	310
Dulces La Rondeña	S.L.	Sanlúcar de Barrameda	Dulces de Navidad	20	40	285
La Flor de Estepa	S.L.	Estepa	Mantecados	40	45	280
Olmedo Sánchez, Hnos	S.A.	Estepa	Mantecados	6	69	250
Dulces La Ponderosa	S.L.	Estepa	Mantecados	1	63	195
Olmedo García, Hnos	S.C.P.	Estepa	Mantecados	3	70	175
Confitería La Perla	S.A.	El Puerto de Santa María	Pan y Pastelería (Tradicional)	20	25	150
Mantecados Fuentes	S.L.	Estepa	Mantecados	2	62	150
Productos Garrido	S.A.	Rute	Turrónes, Mantecados y Past. Ind	9	20	150
Dulzura de Estepa	S.L.	Estepa	Mantecados	1	72	121
Moreno Ruiz, Hnos	S.L.	Estepa	Mantecados	4	65	120
La Flor de Rute	S.L.	Rute	Dulces de Navidad	1	50	118

FUENTE: ALIMARKET, 1996

Por tanto, en la evolución del subsector de panadería confluyen una serie de segmentos con dinámicas muy diferentes.

- ◆ Por un lado, el subsector de panaderías tradicionales en el que la cercanía a la demanda juega un papel esencial. Este hecho da lugar a que este segmento se encuentre controlado por agentes económicos residentes en la región. O dicho de otro modo, sobre la base de la cercanía, el capital regional es capaz de llevar a término estrategias de valorización al margen de los grandes grupos transnacionales. Esto da lugar a que se mantenga un entramado de obradores de pan repartidos por todos los rincones de la región. Sin embargo, no impide que comience a observarse la presencia de grandes empresas constituidas por “panaderos” que han llevado a cabo un proceso intensivo de acumulación de capital. Estas empresas se encuentran hoy sólidamente posicionadas en algunas ciudades andaluzas (Sevilla o Málaga), aunque su radio de acción no incluye, todavía, la Andalucía rural.
- ◆ Por otro lado, se encuentra el sector de panadería y pastelería industrial, plenamente sometido a la fuerza de los procesos competitivos y dónde la cercanía no supone un elemento de protección de las empresas regionales. Este segmento, en general, se encuentra controlado por las grandes multinacionales del sector (véase la importancia de Donut al respecto).¹³⁶
- ◆ Por último, el capital regional todavía ha sido capaz, en algunos casos concretos, de eludir estos procesos competitivos sobre la base de la explotación de algunos productos fuertemente estacionales y, en ocasiones, con una fuerte significación cultural (mantecados, turrones, por ejemplo)

En general, por tanto, en el subsector de Panadería y Molinería ha existido una auténtica “estrategia de resistencia” por parte de los agentes económicos regionales que ha permitido la explotación de una serie de “mercados cautivos” por parte de los mismos. Esto ha propiciado que tenga lugar un proceso de acumulación intenso, sobre la base de agentes económicos arraigados en sus respectivos territorios. Esta evolución tiene unos costes sociales mucho menores, y no contribuye a la intensificación de la desarticulación territorial de la región. Pero no hay que engañarse. La panadería es, en su inmensa mayoría, un residuo de una actividad agroindustrial de corte tradicional que, en otros casos, simplemente ha desaparecido. Que, a la altura de 1995, de los aproximadamente 6.000 establecimientos agroindustriales de la región, 2.563¹³⁷ (el 42% aproximadamente) se encuadren en el segmento de “Fabricación de Pan y Productos de panadería frescos” habla a las claras del carácter “residual” de buena parte de la industria agroalimentaria endógena. Por otro lado, la participación en el empleo total de este segmento, el 16,9% también es significativa, aunque sea muy inferior al porcentaje de establecimientos.

En definitiva, allí donde, dadas las especiales características de la demanda, las estrategias de resistencia son más factibles, los procesos de acumulación adoptan un tinte endogenista que lleva dinámicas territoriales más equilibradas. Pero, dada la naturaleza de los procesos en curso, esto es cada vez más complicado, desarrollándose procesos de competencia puramente capitalistas en, progresivamente, un mayor número de actividades, como demuestra el desarrollo de empresas cada vez mayores dedicadas a la elaboración de pan fresco.

¹³⁶ En asociación con algunos empresarios locales (Grupo AREA, 2000).

¹³⁷ Base de datos del IEA, 1995.