

Capítulo II

La oferta de productos alimenticios. La industria agroalimentaria

1. CONCEPTOS BASICOS UTILIZADOS EN EL SECTOR DE LA PRODUCCION AGROALIMENTARIA

En el capítulo anterior hemos estudiado algunos aspectos básicos del consumo alimentario, su evolución y como algunos factores inciden en la demanda de productos alimenticios provocando cambios de tipo cuantitativo y cualitativo. Estos factores, entre los que podríamos resaltar como más importantes, el aumento en la renta per cápita de los individuos y el proceso de concentración de la población en grandes núcleos, han provocado una demanda masificada a la que hay que responder con una producción también en masa. Pero, lo que ocurre es que no sólo hay que satisfacer una demanda de mayor volumen, sino que el cambio en las formas de vida de los consumidores ha afectado también a la calidad intrínseca de los productos que demandan, lo cual ya no puede satisfacerse únicamente con un aumento de la producción y de la productividad en la agricultura, sino que ha hecho acudir a la industria en respuesta a esa necesidad de producción en cadena, con un grado de transformación más o menos acusado en los alimentos en relación con los productos originados directamente en el campo, en la producción ganadera y en las actividades pesqueras.

Esta incidencia cada vez mayor de la industria en la obtención de productos alimenticios es una de las causas

—aunque no la más importante— de la pérdida de peso del sector agrícola en relación a otros sectores en su aportación al Producto Interior Bruto.

Por todo lo expuesto hasta aquí, y porque no pretendemos tratar los problemas de la oferta agrícola —por otra parte, ya muy estudiados—, sino los problemas de la oferta de productos alimenticios elaborados vamos a continuar nuestro estudio centrándonos en la industria alimentaria.

TIPOLOGIA DE ECONOMIAS AGROALIMENTARIAS

La importancia que suponga en cada país la oferta agroindustrial dependerá, naturalmente, de su grado de industrialización y del nivel de vida de sus habitantes. Por esta razón, antes de pasar a hablar de la industria intentaremos resumir brevemente los distintos estadios que pueden considerarse en el grado de desarrollo de un país en lo que hace referencia a su oferta alimentaria.

Aquí seguiremos la que propuso el profesor Louis Malassis (1979), por creer que las tres relaciones utilizadas son lo suficientemente válidas como para expresar realmente la situación de un país en materia alimentaria. Esta clasificación, siempre simplificadora de la realidad, es una de las muchas que podrían hacerse según los criterios que se utilicen para ello.

Los conceptos que vamos a utilizar para establecer estos criterios son: 1) Coste de transformación y de distribución de la producción agrícola (CTD); 2) producción de la rama agrícola (PRA); 3) valor añadido por la industria alimentaria (VAI); 4) valor añadido por la agricultura (EFA).

Malassis establece unos coeficientes relacionando:

a) CTD/PRA al que llama coeficiente estructural del sector agroalimentario, que expresa el valor mercancía formado por el aparato de producción-distribución en relación con el valor generado por el sector agrícola. Si este coeficiente es menor que la unidad significa que el valor de la producción alimentaria proveniente de la agricultura es mayor que su coste de transformación y distribución, con lo cual podemos calificar esta economía alimentaria de «agrí-

cola». Si el coeficiente es mayor que uno significa que el coste de transformación y distribución es mayor que el del producto agrícola; a esta situación la llama Malassis de «agroindustria», y, a aquellos países cuya producción alimentaria tiene un coeficiente próximo a uno, los llama de «economía alimentaria de transición».

b) El VAI/VAA que el profesor Malassis llama «coeficiente estructural del complejo de producción agroalimentaria», que relaciona el valor añadido en la industria con el valor añadido en la agricultura y a cuyos valores da un significado parecido al anterior coeficiente.

c) La relación EFI/EFA del empleo final en la industria respecto al de la agricultura debe ser completada por la relación entre el valor añadido en la industria y en los servicios y el valor final de la mercancía.

Los posibles valores de los coeficientes se resumen en el cuadro adjunto, con lo cual la clasificación resultante queda muy clara:

TIPOLOGIA DE LAS ECONOMIAS AGROALIMENTARIAS

	CTD/PRA	VAI/VAA	EFI/EFA
Economía alimentaria agrícola	<1	<1	<1
Economía alimentaria de transición {	<1	<1	≥1
	>1		
Agroindustria	>1	≥1	>1

L. Malassis ha aplicado coeficientes del cuadro a algunos países tales como Costa de Marfil, Argelia, Francia, Estados Unidos y Reino Unido, y tan sólo el Reino Unido y Estados Unidos alcanzan el estadio de agroindustria, mientras que Francia se sitúa en el estadio de transición.

Cada uno de estos índices es por sí sólo lo bastante significativo como para poder utilizarse para saber con relativa certeza el grado de industrialización en que se encuentra el sector agroalimentario de un país.

De todos modos, antes de pasar a definir lo que es agroindustria creemos necesario dar una idea somera de los

conceptos que estamos utilizando en este capítulo, los cuales van a utilizarse posteriormente con frecuencia. Estos conceptos aparecen explicados en bastantes obras y se utilizan corrientemente en la literatura relativa a este tema.

En primer lugar, cuando hablábamos de sector agroalimentario lo hacíamos refiriéndonos a ramas tan diversas como producción agrícola, transformación de la producción agrícola en alimentos más elaborados (lo que llamamos industria agroalimentaria), distribución de los productos procedentes de las dos ramas anteriores, y lo que podemos llamar «alimentación fuera del hogar» (restaurantes, colegios, comedores de empres, etc.).

Siguiendo en esta idea definimos como empresa agroalimentaria la que se caracteriza por el predominio, en su volumen de negocios, de actividades directamente relacionadas con la elaboración de productos agroalimentarios (producción y transformación, servicios de distribución y de alimentación fuera del hogar). En la definición quedan excluidas, por tanto, aquellas empresas que si bien suministran materias primas, maquinaria, etc., al sector agroalimentario, no intervienen directamente en la formación del producto.

A continuación, pasamos a delimitar lo que se entiende por agroindustria.

CONCEPTO DE AGROINDUSTRIA

Si entendemos por industrias agrarias, según Pulgar Arroyo (1976), «todas aquellas que transforman, conservan, manipulan o preparan materias primas agrarias, con objeto de obtener productos finales o intermedios, aptos para la alimentación de los seres vivos o para ser utilizados en estos procesos industriales», podemos aplicar esta definición al sector alimentario y definir lo que a partir de ahora llamaremos Agroindustria como «un sistema de producción, transformación y distribución de productos alimentarios, para la satisfacción de las necesidades de nutrición de una sociedad

inserta dentro de un proceso creciente de industrialización y urbanización capitalistas» (1).

Las características más sobresalientes de la agroindustria podemos resumirlas en cuatro puntos:

a) progresiva disminución del valor añadido agrícola en favor de aumento del valor añadido industrial en el producto.

b) el hecho de que el sistema agroindustrial se dedique a producir alimentos lo sitúa en un sector estratégico, al tratarse en su mayor parte de bienes de primera necesidad.

c) Complejidad y diversidad de los elementos que integran el sistema.

d) Dicho sistema permite establecer estrechas relaciones entre la agricultura y la industria, lo cual tiene unas repercusiones muy favorables (posibilidad de contratar cantidades y precios agrícolas fijos; facilidad para dinamizar a la agricultura permitiendo su adaptación a la demanda, etc.).

Estas son las notas que caracterizan a la agroindustria y que se desprenden de su propia definición; existen también otras dos que, si bien no tendrían por qué darse a nivel teórico, están estrechamente relacionadas con el sector agroindustrial en la actualidad: 1ª, a medida que la agroindustria se desarrolla las empresas tienden a ser cada vez de mayor tamaño y a concentrarse; lo cual no se explica porque necesariamente requieran un gran aporte de capital para su instalación, en comparación con otras industrias, sino por razones de poder en el mercado y por la gran necesidad de inversiones en investigación y desarrollo de estas empresas para poder colocar sus productos en el mercado (ya en otro lugar hablamos de la imperiosa necesidad de la mayoría de estas empresas de introducir modificaciones en sus productos, aunque éstas sean mínimas o innecesarias, para permitir subidas de precios y atraer a nuevos consumidores); 2ª, este crecimiento y

(1) Rafael Juan y Fenollar (1978), pág. 23. Esta definición recoge, además, la idea que se tiene sobre Agroindustria en los distintos trabajos realizados en el seno del I.A.M. de Montpellier bajo la dirección de Louis Malassis y J. L. Rastoin.

concentración ha llevado a la creación de grandes firmas internacionales con participación en numerosos países que plantean serios problemas a las empresas nacionales que podrían competir con ellas, sobre todo, en calidad.

En resumen, podemos decir que la agroindustria es un estadio de la economía agroalimentaria que se alcanza mediante el desarrollo tanto de las industrias que suministran *inputs* a la agricultura, como de las que transforman los alimentos que ésta proporciona, y que vienen a responder a una evolución de la demanda de alimentos cuyos factores hemos analizado ya con anterioridad.

2. PAPEL QUE DESEMPEÑAN LAS IAA EN LA ECONOMIA OCCIDENTAL ACTUAL

ASPECTOS GENERALES

En el capítulo I, hemos analizado los factores que más han incidido en la creación de un patrón de consumo en las economías occidentales, exponiendo también el hecho de que ante ese modelo de consumo occidental ha surgido un cambio importante en la oferta de productos alimenticios.

Este proceso de formación de una demanda característica a la cual responde la oferta, constituye un fenómeno que se autoalimenta, de modo que podríamos decir que, también la oferta va creando medios para que la demanda se configure a través de una generación de renta. Este crecimiento en espiral se alcanza a través de las implicaciones que tiene el hecho de que las industrias agroalimentarias sean las principales demandantes de materias primas a la agricultura, y ello por varios motivos:

1. Las IAA realizan estudios de mercado para orientar sus ventas hacia los gustos de los consumidores.

2. A través de estos estudios también orientan a la producción agrícola hacia la satisfacción de la demanda de alimentos existentes.

3. A través de la investigación tecnológica, las IAA ponen en marcha medios de conservación de alimentos con

lo cual se consiguen disminuir pérdidas por deterioro, mantener los precios al consumo, puesto que los productos están a la venta durante todo el año; y, por último, mantener, hasta cierto punto, los precios al productor agrícola.

4. El poder de arrastre de las IAA se extiende no sólo a la agricultura, sino a las industrias suministradoras de *inputs* a ésta, aunque el efecto sea de menor entidad que el anterior.

5. Las IAA aumentan el valor añadido de los productos alimenticios, lo cual beneficia a las industrias exportadoras.

Además de estos impulsos a la actividad económica, las IAA cumplen otras misiones no menos trascendentes:

a) Ponen a disposición de los consumidores alimentos fáciles de preparar, o con cualidades satisfactorias para su conservación y en buenas condiciones higiénicas; por ejemplo, platos y productos precocinados, cocinados, vitaminados, etcétera.

b) La producción en masa permite disminuir los costes para el consumidor. Esta nota, que parece clara en el plano teórico, muchas veces no se cumple debido a que el mercado no funciona en las condiciones teóricas de libre competencia, sino que algunos productores y/o intermediarios, dominan el mercado con las consiguientes repercusiones sobre los precios de venta al consumidor e incluso sobre las condiciones de compra de sus materias primas al agricultor.

c) Las IAA, amén de las empresas distribuidoras, tienen una gran influencia sobre el consumidor a través de la publicidad. Esta influencia, si bien tiene la ventaja de poner en conocimiento de los consumidores la existencia de nuevos productos y de sus cualidades (suponiendo que no sea engañosa), tiene el inconveniente de crear necesidades superfluas o innecesarias, haciendo que se consuman incluso productos sofisticados innecesariamente, que podrían utilizarse en su estado original.

Esta creación de nuevas necesidades aumenta también los precios y la cantidad de dinero que los consumidores han de gastar en alimentarse a través de la compra de artículos con mayores costes y valor añadido.

Casi todas estas notas, que aportamos como características de las industrias agroalimentarias de los países occidentales desarrollados, se dan también en los países menos desarrollados, pero con unos matices muy particulares que vamos a señalar en un próximo epígrafe.

Hay que señalar también que las diferencias que pueden encontrarse en las pautas de consumo de ambos conjuntos de países no siempre son tan radicales como a veces se afirma. No hay que olvidar que incluso en los países de mayor nivel económico existen lo que se ha llamado «bolsas de subdesarrollo», donde el poder adquisitivo de los individuos está muy por debajo de la media nacional y el nivel cultural y otras condiciones vitales configuran un patrón de consumo muy distinto del que podría asignarse como característico de un determinado país.

En estos núcleos menos favorecidos de la sociedad el papel que puedan desempeñar las industrias agroalimentarias será similar al característico de los países subdesarrollados.

LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA CEE

Analizar con un mínimo detalle la evolución reciente de las industrias alimentarias en los países occidentales y su problemática constituiría una tarea bastante ardua y que rebasa claramente las fronteras de lo que pretendemos realizar en nuestra investigación.

En la fase preparatoria de este trabajo se realizó una amplia revisión de lo publicado en torno a este tema, tratando de extraer aquellas ideas y aspectos generales que entendíamos podrían sernos útiles para el planteamiento global del trabajo y para el estudio específico del caso español.

Precisamente a raíz de esta análisis previo comprendimos que la amplitud y heterogeneidad del sector es tal que se resiste a cualquier tratamiento superficial y que un estudio de las industrias alimentarias en Occidente constituiría una labor interesante, pero prácticamente inabarcable, puesto que debería incluir desde EE.UU. al Japón, pasando por los diversos países europeos e integrando otros igualmente desta-

cables —al tiempo que muy dispares— de América, África y Oceanía.

Por ello, teniendo en cuenta el entorno económico español y su posible interés a efectos comparativos, decidimos trabajar exclusivamente sobre Europa occidental y, en particular, sobre los nueve países de la CEE (2), tratando de proporcionar una visión de conjunto de la situación del sector y sus problemas.

El peso del sector en la Comunidad y por países

En la Comunidad Económica Europea, las industrias alimentarias se clasifican en dos categorías netamente definidas:

— Industrias que están directamente relacionadas con la agricultura cuyos productos son objeto de una primera transformación de reducido componente industrial.

— Industrias cuya producción implica un proceso de fabricación más complejo dando lugar a productos mucho más elaborados y que, generalmente, integran como *inputs* los productos de las industrias de primera transformación.

Esta diferenciación es, sin embargo, cada vez más artificial, en la medida en que numerosas empresas especializadas aspiran a tener una gama de productos cada vez más amplia, o bien tienden a agruparse con objeto de constituir grupos con una gran gama de actividades (3).

En su conjunto, la industria alimentaria ocupa un lugar verdaderamente importante en la economía de la CEE. Sin embargo, la posibilidad de cifrar su importancia es relativamente difícil debido a la dificultad existente para comparar las estadísticas de los países miembros y, sobre todo, a la falta de información disponible sobre el sector a nivel de cada uno de los países miembros.

(2) No se ha incluido Grecia por el carácter tan reciente de su incorporación a la CEE y porque los datos disponibles hicieron que limitásemos el estudio a la etapa 1970-80.

(3) En un próximo apartado analizaremos, precisamente, el papel de las grandes multinacionales de la alimentación, grupo en el que figuran cierto número de empresas de origen europeo.

En nuestro caso, el soporte estadístico utilizado han sido los datos de las Contabilidades Nacionales y las cifras estimadas por Eurostat, así como estudios parciales o sectoriales sobre el tema que nos permitirán ver la importancia de este sector.

Es interesante señalar, desde un principio, que a pesar de los lazos tan fuertes que existen entre la agricultura y la industria alimentaria, el peso de esta última dentro de la CEE, no siempre guarda relación directa con la importancia que pueda tener la agricultura de un país determinado en dicho contexto. Francia, por ejemplo, que es el país más importante de la Comunidad desde el punto de vista agrícola, no tiene la industria alimentaria más importante.

De acuerdo en las estadísticas más recientes suministradas por Eurostat, el valor de la producción —sin incluir el IVA— de la industria alimentaria, de bebidas y tabaco en 1981, representaba un 16,54 por 100 de toda la industria manufacturera de la CEE de los Nueve (excluyendo construcción, energía y agua). En términos de valor añadido bruto,

CUADRO II-1
La industria alimentaria en la CEE en 1981

	Valor de la producción (en millones de ECU)	% sobre total CEE-9	Número de asalariados (empresas ≥ 20 empleados)
R. F. Alemania	54.660	23,95	496.234
Francia	47.440	20,80	401.199
Italia	25.187	11,04	228.676
P. Bajos +	22.897	10,04	134.123
Bélgica +	9.397	4,12	76.350
Luxemburgo +	263	0,11	2.450
Dinamarca	8.232	3,65	67.175
Irlanda +	5.412	2,37	55.861
Reino Unido	54.581	23,92	621.155
CEE-9	228.150	100	2.083.223

Fuente: Eurostat, 1984. En 1981, un ECU equivalía a: 2,51390 DM., o bien: 0,55310 libras.

+ Cifras provisionales.

dicho porcentaje era el 10,32 por 100, y el empleo equivalía al 8,95 por 100, considerando sólo —para todos los sectores— las empresas con 20 o más asalariados.

Los últimos resultados disponibles de la encuesta industrial que periódicamente se elabora en la CEE (Eurostat, 1984), permiten ofrecer los datos sobre producción total y empleo en la industria alimentaria para cada uno de los países miembros de la Comunidad.

El cuadro permite apreciar también la potencia relativa de la industria alimentaria de cada país; así, vemos que el 23,9 por 100 del valor de la producción en la C.E.E. de los Nueve corresponde al Reino Unido, que junto con Alemania (República Federal), con el 23,9 por 100, y Francia, con el 20,8 por ciento, son los tres países más importantes.

En cuanto al número de empleados, el 30 por 100 del empleo total pertenece al Reino Unido, seguido del 24 por 100 de Alemania y del 19 por 100 de Francia, observándose que los respectivos niveles de empleo varían sensiblemente en relación con el volumen de negocios de cada país.

Por otro lado, el porcentaje de participación de la industria alimentaria de los nueve países de la C.E.E. en el valor añadido bruto al coste de los factores de la industria manufacturera gira en torno al 13,4 por 100, debiendo señalarse que en la C.E.E. ni las industrias extractivas, ni las de energía, ni la construcción, están incluidas en la industria manufacturera.

En cuanto al intercambio comercial intracomunitario fue en 1976 de 3.495 millones de dólares y el extracomunitario arroja un valor para las importaciones de 4.757 millones de dólares y para las exportaciones de 2.911 millones de dólares, por lo que es deficitario el saldo comercial de la balanza de productos alimenticios. Ha de tenerse en cuenta que el comercio total exterior de la C.E.E. en 1976 alcanzó los siguientes valores: importaciones: 437.500 millones de dólares; exportaciones: 415.500 millones de dólares. La comparación de estas cifras de comercio total con las de comercio de productos alimenticios nos exime de todo comentario.

Desde el inicio de la década de los setenta, el incremento de la producción de estas industrias en la C.E.E. ha sido

moderado. Las causas del hecho son varias. En primer lugar, la evolución del consumo alimentario aumenta a una tasa anual del 3 por 100 acumulativo, mientras que el consumo de productos no alimentarios lo hace a un ritmo incluso superior al 6 por 100 anual.

Por otro lado, algunos obstáculos contribuyen igualmente a limitar su crecimiento:

- Un aumento demográfico extremadamente débil, que no supera incluso el 1 por 100 anual.
- Limitación de las nuevas categorías de consumidores a los que pueda alcanzar este género de productos industriales.
- Obstáculos derivados de los precios en los productos nuevos con alta tecnología incorporada.
- Las posibilidades de sustitución, siempre existentes, por los productos agrícolas naturales.

El valor añadido bruto al coste de los factores de la industria alimentaria en los distintos países de la C.E.E. durante el período 1970-1976, medido en millones de dólares corrientes, aparece expresado en el cuadro II-2. Los datos han sido tomados de EUROSTAT (1970-1976), y los marcados con asterisco son estimaciones.

Si analizamos por países las cifras del valor añadido bruto de las industrias alimentarias, según se expresan en el cuadro correspondiente, tendremos:

— Alemania República Federal: el V.A.B. ha crecido el 104 por 100 entre los años 1970-1976, lo que ha supuesto un crecimiento del 12,6 por 100 acumulativo; el V.A.B. de la industria alimentaria representa en 1976 por 2,7 por 100 del producto interior bruto total.

— Francia: el crecimiento del valor añadido en el período considerado ha sido del 154 por 100, lo que representa el 16,8 por 100 anual acumulativo. Su participación en el producto interior bruto ha sido del 3 por 100.

— Italia: su crecimiento ha sido del 90 por 100 y el anual acumulativo fue un 11,3 por 100; su participación en el PIB ha sido del 2,3 por 100.

— Holanda: el V.A.B. creció entre 1970-1976 el 129 por 100 y el anual acumulativo fue un 14,8 por 100. Su participación en su P.I.B. es el 3,1 por 100.

CUADRO II-2
VAB de las industrias alimentarias en la CEE

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976
Alemania	6.980	7.213	8.403	11.432	12.238	13.291*	14.275*
Francia (al p. mercado)	5.733	6.010	7.853	10.229	10.551	14.560	14.574
(al coste de factores) ...	4.873*	5.109*	6.675*	8.694*	8.969*	12.376*	12.390*
Italia	2.440	2.743	3.182	3.747	3.936	4.746	4.646
Países Bajos	1.429	1.573	2.019	2.568	2.774	3.028	3.282
Bélgica	951	1.079	1.342	1.611	1.832	2.188	2.253
Luxemburgo	26	29*	33	41*	48*	55*	56*
Reino Unido	3.362	3.779	4.417	4.839	5.382	6.853	6.301
Irlanda	245	285	353	387	412*	440*	401*
Dinamarca	464	499	591	797	782	918	969*
Total	20.770	22.309	27.015	34.116	36.373	43.895	44.573

FUENTE: Eurostat. 1970-76.

— Bélgica-Luxemburgo: la tasa de aumento del V.A.B. ha sido del 136 por 100 y del 15,3 por 100 anual acumulativo en el período de 1970-1976; la participación en el PIB ha sido del 2,8 por 100.

— Reino Unido: el ritmo de crecimiento anual acumulativo durante el período 1970-1976 ha sido del 1 por 100 y en dicho período su crecimiento supuso un 87 por 100; su participación en el PIB nacional es del 2,5 por 100.

— Irlanda: la tasa de crecimiento anual ha sido del 8,5 por 100 y en el período considerado del 63 por 100; la participación de su I.A. en el P.I.B. nacional ha sido del 4,2 por 100 en 1976.

— Dinamarca: el crecimiento entre el período 1970-1976 ha sido del 109 por 100, lo que representa el 13 por 100 de tasa anual; la participación de su I.A. en el P.I.B. ha sido en 1976 del 2,1 por 100.

Habida cuenta de todo lo anterior, el país que ha tenido un más fuerte crecimiento de la industria alimentaria ha sido Francia, con el 16 por 100 acumulativo, seguido de Dinamarca, Alemania y Bélgica-Luxemburgo. En valores absolutos, el país de la C.E.E. que cuenta con el mayor valor añadido de la I.A. es Alemania, seguida de Francia e Inglaterra. Por último, el país en el que mayor participación tienen las industrias alimentarias en su producto interior bruto es, lógicamente, Irlanda (4,2 por 100); en los demás países oscila alrededor del 3 por 100 y a nivel del conjunto de países de la C.E.E. dicho porcentaje es el 2,8 por 100.

El valor añadido bruto al coste de los factores de las industrias alimentarias puede compararse también con el de la industria manufacturera en su conjunto, es decir, la industria transformadora. Los datos resultantes figuran en el cuadro II-3 donde puede apreciarse que la cifra de participación permanece estable en casi todos los países durante el período considerado. En realidad, se podrían distinguir dos períodos distintos: el primero entre 1970 y 1973, en el cual en algunos países puede apreciarse un ligero descenso de la participación, que es más acusado en los años siguientes debido quizás, en el caso de Alemania, a una expansión de los otros sectores de

CUADRO II-3
Porcentaje de la industria alimentaria en el valor añadido bruto, el coste de los factores, de la industria manufacturera de cada país

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	Media sobre el período 1970-76
Alemania ...	10,3	10,4	10,0	10,2	9,6	9,9*	9,8*	10,02
Francia	15,1	15,0	15,3	15,3	14,8	16,6	15,9	15,4
Italia	10,5	11,0	10,8	9,9	9,0	9,9	9,4	10,07
Holanda	16,8	17,1	18,0	17,5	15,7	17,3	17,2	17,08
Bélgica	13,5	14,1	14,0	12,9	12,4	14,7	13,9	13,64
Luxemburgo	5,9	7,1	6,8	5,8	5,2	5,3*	5,1*	5,88
Reino Unido	11,3	11,8	12,1	11,7	10,6	10,7*	10,4*	11,22
Irlanda	28,2	29,7	29,3	29,5*	29,1*	29,6*	29,4*	29,25
Dinamarca ...	10,8	10,9	10,7	11,1	10,0	10,2	10,3*	10,57
C.E.E. (Media)	13,6	14,1	14,1	13,7	12,9	13,8	13,4	—

FUENTE: Elaborado con datos de Eurostat.
 • Estimación.

la economía. Por el contrario, en el período 1975-1976, de fuerte recesión coyuntural, la participación relativa de este sector en algunos países parece indicar un cierto aumento y ésto puede ser debido a dos razones: descenso de la producción en los demás sectores de las industrias manufactureras, al mismo tiempo que se observa una estabilidad relativa de la demanda para los productos de la industria alimentaria.

Las inversiones, el empleo y los problemas estructurales del sector

En los últimos años el sector de las industrias alimenticias de la C.E.E. está haciendo un considerable esfuerzo de inversión para reformar sus estructuras y mejorar su competitividad. Si tomamos como punto de partida el año 1967 hay que reconocer que los esfuerzos realizados hasta ahora han sido muy significativos. El Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agrícola (F.E.O.G.A.) ha ayudado financieramente a la realización de numerosos proyectos. Entre los años 1964 y 1978, casi el 40 por 100 de los fondos de la Sección Orientación de dicho organismo ha sido dirigido a las industrias alimentarias de la Comunidad.

Las ayudas han tenido como objeto el incrementar la eficacia del desarrollo integral de la fabricación del producto alimenticio, orientándose hacia:

- Mejoras para la transformación de productos agrícolas: 92 millones de unidades cuenta.
- Mejoras de los circuitos de comercialización de los productos industrializados: 100 millones de unidades cuenta.
- Proyectos mixtos de producción-comercialización: 25 millones de unidades de cuenta.

Las dificultades que existen para poder comparar los datos de inversiones a nivel internacional nos han conducido a considerar únicamente la relación entre la formación bruta de capital fijo en este sector y la producción interior bruta en cada uno de los países de la Comunidad.

De los resultados obtenidos se desprende que la ordenación por países es: Reino Unido, Dinamarca, Bélgica,

Holanda, Francia, Alemania e Italia. Es preciso hacer notar que este orden no es el mismo que el de formación bruta de capital fijo total, que sigue el orden de potencialidad de los países integrantes. Las inversiones van especialmente dirigidas a aquellas ramas de actividad en las que las posibilidades de expansión pueden considerarse necesarias, o bien en aquellas donde la diversificación del producto puede garantizar la posibilidad de un mercado atractivo.

En lo que concierne a las inversiones extranjeras en los diferentes países de la Comunidad, es interesante tener presente la aceleración que han conocido en los últimos años, como consecuencia de la formación de la C.E.E. de los seis y, posteriormente, con la entrada de los tres nuevos miembros.

En este sentido, las inversiones americanas en la Comunidad han cedido terreno a las inversiones inglesas. Así, las inversiones extranjeras en Francia en el año 1976 fueron de aproximadamente 115 millones de dólares, de los cuales el 94 por 100 procedían de diversos países miembros (63 por 100 venían del Reino Unido) y sólo el 6 por 100 procedían de terceros países; en realidad, de los Estados Unidos.

Para dar una prueba del grado de interrelación al que hemos hecho alusión anteriormente, provocado por el hecho de la constitución de la C.E.E., indicaremos que las inversiones en el exterior de Francia, por ejemplo, durante el citado año, fueron de 10 millones de dólares, de los cuales el 66 por 100 se dirigieron a los demás países de la C.E.E. y el resto (34 por 100) hacia otros países terceros.

El empleo en el sector es una variable muy compleja, puesto que muchas de estas industrias son de temporada y en ella aumentan extraordinariamente sus efectivos, por lo que contabilizar el empleo en tales épocas puede suponer un número elevado de trabajadores que fuera de ellas no están empleados.

Es por esto por lo que las cifras de empleo deben ser tomadas con una cierta reserva; además, en algunos países hay industrias alimentarias que en otros son consideradas como agrícolas, por lo que las estadísticas de empleo y el número de empresas plantean problemas a efectos comparativos.

De cualquier modo, la tasa de crecimiento del empleo ha sido muy reducida en los últimos años, compensando los aumentos de producción con los de productividad y no incrementando los puestos de trabajo.

Los datos de empleo que a continuación se expresan han sido recogidos de los documentos del A.N.I.A.A. y del C.A.C.E.P.A. en los que se advierten las diferencias entre ambas estimaciones, en los diferentes países de la C.E.E.

CUADRO II-4
El empleo en las industrias alimentarias

	Nº de empleados según A.N.I.A.A.	Nº de empleados según C.A.C.E.P.A.
Alemania	480.000	500.000
Francia	391.000	408.000
Bélgica-Luxemburgo	102.000	163.000
Italia	177.000	153.000
Holanda	162.000	160.000
Reino Unido	547.000	824.000
Dinamarca	88.000	92.000
Irlanda	—	—

Desde el punto de vista estructural, la industria alimentaria de la C.E.E. se enfrenta con un triple imperativo:

— Tiene que realizar un esfuerzo considerable en el sentido de la modernización y de la reestructuración de casi todos los sectores en cada uno de los países de la Comunidad Europea; evidentemente, cada país tendrá una situación distinta.

— Debe tratar de asegurar la moderación en los precios hacia el consumidor, ya que en terceros países, la competencia en dicho sector se ha desarrollado considerablemente y ha creado sectores muy competitivos, que pueden crear dificultades a la industria alimentaria de la CEE, una vez desaparecida la protección comunitaria.

— Debería garantizar un nivel de renta equivalente al de los productos agrícolas, ya que éste es uno de los objetivos de la Política Agrícola Comunitaria que trata de situar a las

CUADRO II-5
Clasificación de las empresas alimentarias de los 6 países originarios de la CEE en estratos de trabajadores
en porcentaje del total

Estratos de trabajadores	Alemania		Francia		Bélgica Luxemburgo		Italia		Países Bajos	
	P	C	P	C	P	C	P	C	P	C
20 operarios	6	4	3	0	6	21	8	5	12	12
De 21 a 50	14	11	7	14	16	11	10	19	9	19
De 51 a 200	33	37	31	58	30	21	39	37	39	44
De 201 a 500	17	33	23	14	28	16	35	23	19	25
De 501 a 1.000	13	7	13	0	12	16	4	14	12	0
De 1.001 a 2.500	11	4	18	14	8	10	2	0	7	0
De 2.500	6	4	5	0	0	5	2	2	2	0

FUENTE: Eurostat, ANIAA y CACEPA.

industrias alimentarias dentro de competencia, pero, sin olvidar la adquisición de sus materias primas en régimen de intercambios comunitarios o a países terceros.

La realidad nos muestra que la evolución reciente de este sector se caracteriza por movimientos de reestructuración, de desarrollo y de agrupación de empresas promovidas por las autoridades públicas, tanto a nivel nacional como comunitario. En Francia, por ejemplo, el Sexto Plan de Desarrollo consideró la industria alimentaria como sector prioritario y esto ha sido el principio de una política de promoción de dicho sector. Por otra parte, a nivel comunitario, el Consejo de Ministros ha manifestado claramente su interés por este sector, determinando acciones y directrices a seguir en el campo de la transformación de los productos y de su comercialización.

La estructura productiva del sector en los diferentes Estados de la Comunidad presenta características muy similares: existe un gran número de pequeñas y medianas empresas y un número muy limitado de grandes empresas (a pesar de la tendencia de la asociación que se está haciendo notar), estrechez de los márgenes de beneficio, elasticidad escasa del mercado y muchas dificultades para la exportación.

En el cuadro II-5 se exponen, en forma sintética, los datos sobre las empresas alimentarias de seis países de la CEE, clasificadas según estratos de trabajadores, expresando en cada uno de ellos el porcentaje correspondiente de empresas privadas (P) y sociedades cooperativas (C). Estos datos proceden de las encuestas que anualmente lleva a cabo la CEE.

Los mayores porcentajes de empresas se registran en los estratos correspondientes a 51-200 y 201-500; predomina, pues, un tipo de empresas de tamaño medio y medio alto, lo que se acusa más aún en las sociedades cooperativas, que en algunos países como Francia y Países Bajos llegan a alcanzar un 58 por 100 y 44 por 100, respectivamente, en el estrato de 51 a 200 trabajadores, sobre el total de las empresas.

La potencia financiera de las empresas alimentarias de la Europa Comunitaria se expresa a renglón seguido por países y por cifras de negocios, entresacadas del «ranking» europeo sobre 88 empresas importantes (Vid. cuadro II-6).

El grupo Unilever alcanza ya, por sí sólo, unas cifras de negocios que no se pueden comparar con las de ninguna otra empresa alimentaria, aunque sus actividades van más allá del marco de esta industria ya que también actúa en otros sectores productivos y de servicios.

El país que cuenta con el mayor número de empresas de gran tamaño es Gran Bretaña, seguida de Francia y Alemania, con una notable ventaja sobre el resto. Las cifras medias de negocios de muchas de estas empresas las sitúa en un plano que apenas guarda relación con las demás entre las que se encuentran un gran número de empresas de pequeña dimensión.

Así, por ejemplo, en Francia, donde el número de industrias alimentarias se estima en torno a 17.000 —exceptuadas las panaderías—, existen unas 5.000 que emplean a más de 5 personas y la estructura del sector, a pesar de las 26 empresas potentes, está en posición de debilidad en relación con la del Reino Unido, que además de tener 34 grandes industrias cuenta con un gran número de empresas de tamaño medio. La primera empresa francesa de este sector se sitúa en el lugar décimo-octavo de la clasificación europea, precedida de 16 empresas inglesas y una alemana. Esta situación de relativa debilidad de la industria alimentaria francesa ha provocado en los últimos años una entrada considerable de capitales extranjeros, que participan ya en este sector bajo diversas modalidades. El efecto inmediato de esta penetración de capital extranjero ha sido que se ha acelerado el proceso de reestructuración en el sentido de una mayor concentración industrial. Las concentraciones industriales se están efectuando en Francia a un ritmo cada vez mayor y cuentan, además, con el apoyo oficial y de los organismos financieros. Los sectores que más se están integrando son el de productos derivados de la leche, el de producción de azúcar y el de fabricación de cerveza.

Abundando en lo anteriormente expuesto, en Dinamarca un grupo controla el 85 por 100 de la producción de azúcar y un segundo grupo controla igualmente el 85 por 100 del sector cervecero. En el Reino Unido, también el 80 por 100

CUADRO II-6
Importancia de las principales empresas alimentarias por países dentro de la CEE (1976)

	Número de em- presas clasi- ficadas entre las 88 primeras	Cifra de negocios del conjunto de dichas empresas \$ 10 ³	Cifra media de negocios \$ 10 ³	Empresa clasificada primera entre las 88		Observaciones: Otros sectores de actividad
				Rango	Cifra de negocios \$ 10 ³	
Alemania	12	2.580.974	215.081	11	768.706	Sociedades de comercio y diversas
Bélgica	3	532.961	177.653	28	296.660	Bebidas alcohólicas
Dinamarca	3	529.771	176.590	38	220.157	Bebidas alcohólicas
Francia (1)	26	4.992.227	192.009	18	414.735	
Irlanda	0	—	—	—	—	
Italia (1)	5	955.341	191.068	34	236.720	Papel, cartón
Luxemburgo	0	—	—	—	—	
Países Bajos	4	669.381	167.345	37	225.973	Bebidas alcohólicas
Reino Unido	34	17.137.645	504.048	2	1.632.825	
Grupo Unilever	—	—	—	1	8.182.015	Para químico y diversas

(1) Excluida la fabricación del vino.

del refinado de azúcar está en una sola mano, otro grupo controla el 65 por 100 del mercado de productos congelados y otros dos grupos se reparten el 70 por 100 de la producción total de chocolate.

A modo de resumen final, quizás haya que destacar que en la CEE, la industria alimentaria constituye un sector potente, con una gran tendencia a la concentración sectorial y con una política de integración clara y definida en cada país, procurando obtener los máximos beneficios en aquellos productos cuyas ventajas, respecto a las de los demás países miembros, sean más acusadas.

3. LAS EMPRESAS MULTINACIONALES Y EL SECTOR ALIMENTARIO

Para poder ofrecer una visión más amplia de la oferta industrial de productos alimenticios es obligado mencionar el papel que suponen, en casi todos los países, las empresas multinacionales. El comercio internacional ha servido desde épocas muy antiguas para proveer de materias primas y otros productos a los países deficitarios de éstos; desde principios de siglo, y sobre todo a partir de la II Guerra Mundial, el comercio se ha intensificado progresivamente, provocando no sólo una movilización de primeras materias y mercancías elaboradas sino también de capitales.

Esta situación, en la que coexisten el comercio internacional y las inversiones extranjeras, fue discutida desde un principio por diversos autores, ya que ha dado paso a la progresiva expansión de empresas cuyas actividades se extienden a varios países y cuyas estrategias productivas y de comercialización contemplan áreas geográficas continentales e incluso mundiales.

ALGUNOS ASPECTOS BASICOS

El artículo incluido en la E.M.A. (1977), bajo el título de «Las sociedades multinacionales», ofrece un breve resumen

del proceso de aparición de las empresas multinacionales del que entresacamos algunas referencias.

A principios de siglo, las grandes empresas norteamericanas beneficiándose entre otras cosas de una mano de obra abundante y de gran movilidad, y una vez satisfecho su mercado nacional, habían adquirido poder suficiente para buscar nuevos mercados. Así comenzó el flujo de exportaciones hacia Europa, fundamentalmente de maquinaria agrícola, industrial, automóviles, etc. Esta corriente se vió frenada en los años 30 motivado por la gran depresión, pero desde el fin de la II Guerra Mundial se vió de nuevo a las mayores sociedades aprovecharse de los favorables cambios internacionales para desarrollar su penetración internacional.

A medida que la mano de obra se tornaba más exigente y disminuía la movilidad de estas empresas, los industriales trataron de reemplazar en lo posible el trabajo manual por un instrumental perfeccionado que economizase mano de obra. Estas inversiones exigen también la apertura de nuevos mercados. Al mismo tiempo existía en Europa una fuerte demanda que no podía satisfacerse plenamente en los mercados nacionales y una mano de obra menos exigente que la norteamericana.

Todo ello impulsó a las compañías norteamericanas a reconsiderar su política de exportación de productos acabados y a sacar partido de los medios que les ofrecía Europa. Las mayores sociedades complementan entonces sus filiales comerciales en el continente europeo con unidades de producción.

Las ventajas no proceden únicamente de los costes de la mano de obra, sino de que en Europa encuentran también una legislación sobre la competencia menos estricta que en los EE.UU., acompañada de sustanciosos beneficios fiscales.

A una organización fundada exclusivamente en unidades de venta vinculadas a una unidad central de producción instalada en América, sucede un amplio sistema productivo internacionalizado.

Al principio esta corriente es fundamentalmente americana. El adelanto tecnológico de los EE.UU., la potencia de su economía y de sus empresas, la experiencia en la gestión

financiera, etc., superan cualquier competencia. No faltan, sin embargo, ejemplos de empresas multinacionales de origen europeo y, más recientemente, de Japón.

Las grandes multinacionales europeas han tendido a invertir en los países poco desarrollados, aunque el atractivo que suponen el bajo coste de su mano de obra y las buenas perspectivas de sus mercados se contraponen con un peligro del cual suelen huir las grandes empresas: la inestabilidad política. De ahí que también exista una corriente inversora hacia E.E.UU., donde en los últimos años el aumento del coste de la energía ha sido menor, unido al hecho de que el coste de la mano de obra ya no es tan alto comparado con los niveles de los salarios europeos.

APROXIMACION AL CONCEPTO DE LA GRAN EMPRESA MULTINACIONAL

La terminología que se ha utilizado para tratar este tipo de empresas es muy amplia. Incluso hay quien distingue (4) entre empresas internacionales, multinacionales y mundiales. También se habla de empresas transnacionales, de corporaciones multinacionales, etc., aunque la idea es siempre la misma o muy similar.

La literatura sobre este tema es muy abundante, lo que hace que también las definiciones sean numerosas. Las Naciones Unidas (1973), incluyen en su anexo un amplio catálogo de definiciones de distintos autores. J. M. Castañé (1973 página 7), las describe como «empresa que posee unidades de producción y marketing en varios países, que goza de un acceso a escala mundial al capital, que depende de un modo importante de las rentas extranjeras y que es gestionada con

(4) Aquí sólo pretendemos dar una idea sucinta de las empresas multinacionales y de su repercusión en la economía. Para abundar más en el tema el lector puede consultar: D'Argent, Cambre Mariño y otros, 1975; Castañé, 1973; Comité de Finanzas del Senado de E.E.UU., 1975; J. Jordana, 1980; Levinson, Ch. 1974; O.I.T., 1977; O.N.U., 1973; O.N.U., 1974; O.I.T., 1977 (b); Rosales, Santiago, 1975; Turner 1973; Actualidad Económica 25-9-80; 12-3-81; 25-5-81; 11-6-81; 8-10-81; 18-2-82; entre otros.

una visión a escala mundial o de hemisferio». En general, afirma, se trata de empresas «cuyo Consejo de Administración toma decisiones en base a consideraciones y respecto a operaciones que exceden ampliamente del marco del mercado del país domiciliario».

Alexis Jacquemin (1975), las define, exagerando sus aspectos negativos, como «aquéllas que producen en el país cuya mano de obra es más barata, que se instalan allí donde el coste del capital es menos elevado, que venden donde los precios son más altos y que declaran sus beneficios allí donde el impuesto es más bajo».

Como he señalado, la bibliografía sobre este tema es muy abundante y las definiciones que podemos escoger son muchas. Estimo, sin embargo, que lo más útil es estudiar una serie de características básicas de estas empresas que nos permitan situarnos en la realidad de lo que, de aquí en adelante, llamaremos «empresa multinacional».

Hans Günther Meissner (5) ha destacado una serie de rasgos que caracterizan a las empresas multinacionales en cuanto a sus posibles ventajas comparativas.

1º Posibilidad de realizar sus compras, producción, ventas, financiación y servicios a nivel internacional. Las alternativas que pueden darse aquí para cada empresa son muy diversas. Las compras de materias primas pueden estar centralizadas, por ejemplo, de manera que la empresa haga llegar a sus filiales los inputs (o algunos de ellos), procedentes de un mismo país de origen, lo que puede suponer un margen importante de beneficios directos o indirectos.

En cuanto a la producción, la firma puede realizar las distintas fases en la elaboración de un producto en lugares distintos, o fabrican las distintas partes o piezas que integran un artículo en distintas filiales.

Las ventas a nivel internacional de artículos en los que se dé una situación de monopolio o de cuasimonopolio pueden

(5) Hans Günther Meissner en su artículo publicado en el libro «Política Económica de las corporaciones multinacionales», en el que también colaboran Charles D'Argent y otros.

proporcionar a la empresa beneficios derivados de su poder para establecer precios; y la capacidad de financiación y de prestación de servicios de las empresas es también, evidentemente, menos problemática.

2º Efectos de racionalización, al utilizar las ventajas de costes en la producción de grandes series, relacionadas con las importantes economías de escala de las que disfrutaban con frecuencias estas empresas.

3º Este tipo de empresas suelen realizar actividades muy intensas de investigación y desarrollo que, en muchos casos están incluso subvencionadas con ayudas estatales. Esta es otra consecuencia del gran tamaño de la empresa, a la cual invertir una suma considerable en investigación supone una parte de sus inversiones mucho menor que para otras empresas de inferior dimensión. Además, la investigación, y por tanto la innovación, constituye uno de los elementos vitales de la empresa.

4º Ventajas financieras en la constitución de Sociedades Holding, que economizan impuestos y que se constituyen especialmente en los países denominados «Tax-haven». Se trata de países necesitados de capital que estimulan a las empresas extranjeras con ventajas fiscales importantes.

5º Posibilidad de «Transfer Pricing»; aquí se plantea la posibilidad de desplazar beneficios, lo que está estrechamente ligado a la posibilidad de limitar el riesgo de los tipos de cambio.

6º Ventajas de información en las investigaciones de mercados a nivel mundial. Los estudios de mercado que estas empresas pueden realizar son muy superiores en calidad a los que puede hacer una empresa nacional, no sólo por su poder económico, sino también por su experiencia internacional.

7º Desarrollo de la dirección bajo una perspectiva internacional, lo que lleva a la creación de «staffs» configurados internacionalmente y que dominan los modernos métodos de dirección.

8º Capacidad de adaptación a la legislación del medio. Todas las filiales, a la hora de instalarse en un país, deben y pueden adaptarse a la legislación nacional, ya que su capacidad de maniobra es bastante grande.

9º Flexibilidad en el paso de actividades comerciales a las de producción a nivel local. Cuando a una multinacional se le dificultan sus exportaciones a un país determinado, ya sea por barreras arancelarias, por contingentes de importación o por otro medio, puede convenirle invertir directamente en ese país para producir dentro del mismo lo que antes exportaba, con la posibilidad incluso de exportar desde allí a otros países. Además, la empresa se beneficia de ventajas que le proporciona el país receptor de la inversión.

10º Este tipo de empresas suelen tener también posibilidades de influir en las estructuras políticas y sociales. Sobre este tema se ha escrito mucho (6), pero, no sólo hay que tener en cuenta la influencia que puedan ejercer las multinacionales en la toma de decisiones de un país o en sus prácticas monopolísticas (7), sino en los que pueden aportar en forma de sueldos y salarios y a través de la imposición fiscal, además de sus transferencias de tecnología y sus inversiones en investigación.

Todas estas ventajas mencionadas, que como hemos dicho se derivan de su «capacidad competitiva», se refieren a la posición de privilegio que muchas empresas de carácter multinacional tienen respecto a las nacionales. Estas notas características son ventajosas para las propias empresas, pero ello no significa —ni mucho menos— que lo sean para los países en donde se instalan. Ya hemos señalado en otro lugar que los objetivos de estas empresas no tienen por qué coincidir con los objetivos nacionales y, de hecho, en la práctica no coinciden en numerosas ocasiones.

A pesar de las mencionadas características, que pueden ser comunes a todas las multinacionales, existen aspectos estruc-

(6) La bibliografía sobre este tema es extensísima. A título de ejemplo podemos ver: O.C.D.E. «Pratiques commerciales restrictives des entreprises multinationales». París, 1977. Naciones Unidas: «Las corporaciones multinacionales en el desarrollo mundial». S. 73. II. A. 11. Oswaldo Sunkel; «Comentario crítico al Informe de las Naciones Unidas sobre las corporaciones multinacionales en el desarrollo mundial». Trimestre Económico, abril-junio, 1975.

(7) Oswaldo Sunkel hace una severa crítica a este respecto en el artículo antes citado.

turales que pueden ser muy distintos en unas y otras. También las estructuras jurídicas pueden adoptar configuraciones muy varias y, de hecho, así ocurre en la realidad presente.

Hay un aspecto importante que subrayó Castañé (1973), en su artículo. Es el hecho de que mientras la estrategia de cualquier empresa se dirige fundamentalmente al mercado, a sus productos y a la evolución de ambos, en las empresas multinacionales existe una tercera dimensión: los mercados extranjeros; la apertura de nuevos mercados y su misma presencia en ellos, aunque no sea rentable a corto plazo.

Conviene subrayar, finalmente, que no hay un concepto o dimensión único con el que poder estimar el «grado de multinacionalidad» de una empresa determinada. La multinacionalidad puede apreciarse con referencia a muy variados aspectos, tanto por el número de establecimientos productivos en el extranjero, como por la proporción de activos inmovilizados en el extranjero, como por la proporción de las cifras de negocios realizados en distintos países, los beneficios generados en cada área, etc.

LAS OPERACIONES DE LAS MULTINACIONALES Y SU POSIBLE REGULACION Y CONTROL

El tipo de operaciones que puede realizar una multinacional en orden a lograr sus objetivos propios es, lógicamente, muy amplio. Sin afán exhaustivo, podríamos destacar cuatro grandes grupos:

1º Operaciones comerciales:

- Importaciones de bienes de equipo por parte de la empresa, condicionada por sus accionistas extranjeros.
- Importaciones de bienes intermedios producidos por los accionistas extranjeros o sus filiales o matrices extranjeras.
- Otras importaciones de bienes intermedios condicionados por sus accionistas extranjeros.
- Importaciones para terceros gestionadas por la empresa, por cuenta y según la política de sus accionistas extranjeros.

- Exportaciones de productos de la empresa a terceros, gestionadas o condicionadas por sus accionistas extranjeros.
- Exportaciones de productos de la empresa a sus accionistas extranjeros.
- Exportaciones de terceros gestionadas por la empresa y condicionadas por sus accionistas extranjeros.

2º Operaciones de financiación:

- Préstamos por parte de los accionistas extranjeros.
- Avaless prestados por los accionistas extranjeros.
- Préstamos promovidos por los accionistas extranjeros (de sus Bancos en el país de origen y mediante garantías de la empresa).
- Préstamos de la empresa, o gestionados por ella, al extranjero, condicionados por sus accionistas extranjeros.
- Financiación con cargo al ahorro interior obtenida, o en relación con la obtenida, con cargo al ahorro exterior.

3º Operaciones de inversión en otras empresas:

- De cartera, en valores de empresas industriales.
- Para el establecimiento de relaciones empresariales de agrupación y/o control.

4º Acuerdo de transferencia de tecnología:

- Explotación de patentes de sus accionistas extranjeros.
- Utilización regular de «know-how» de sus accionistas extranjeros.
- Adquisición de servicios técnicos a sus accionistas extranjeros.
- Explotación de patentes propias en el extranjero por sus accionistas extranjeros.
- Explotación de patentes de terceros extranjeros, condicionada por sus accionistas extranjeros.

- Utilización regular de «know-how» de terceros extranjeros condicionada por sus accionistas extranjeros.
- Adquisición de servicios técnicos a terceros extranjeros condicionada por sus accionistas.
- Utilización de marcas registradas por sus accionistas extranjeros.

Evidentemente, además de estas operaciones pueden existir otras muchas. De hecho, las formas de actuación de las multinacionales son muy amplias y sus implicaciones también muy diversas. Por ello, en el seno de las Naciones Unidas se han estudiado desde hace años los distintos problemas que estas empresas están generando, para tratar de regular su comportamiento.

Hace algunos años se consideró incluso que las corporaciones multinacionales podían constituir una vía de salida hacia la modernización de los países subdesarrollados, pero en las últimas décadas se discute cada vez más el papel que realmente desempeñan. En las Naciones Unidas existe una notable reglamentación sobre las multinacionales con el fin de que éstas tengan una actuación más acorde con los objetivos de los países más atrasados. También las compañías multinacionales están interesadas en llegar a encontrar una normativa en la que se clarifiquen sus posibilidades de actuación.

A finales de los años 60 fue cuando empezó a extenderse seriamente la preocupación por estudiar el comportamiento de las multinacionales. En 1972, la O.N.U. dió a conocer el estudio sobre «Las corporaciones multinacionales en el desarrollo mundial» ya citado. La propia UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo) y la O.I.T. vienen tratando también estos temas y la O.C.D.E. ha dedicado cierta atención a estudiar las líneas de actuación de estas empresas y sus posibles implicaciones.

Así como existen posturas de apoyo a las multinacionales, como promotoras de desarrollo económico e impulsoras del progreso técnico, existen también posiciones encontradas que las atacan fuertemente. Sin embargo, pretender eliminarlas constituye una meta poc menos que imposible. Incluso hay que admitir, como muy bien dice Jané Solá (1979), (pág. 99),

que «el progreso técnico impone la necesidad de contar con las unidades productivas no sólo capaces de aprovecharlo, sino de proseguir el camino de la investigación». La tecnología impone la necesidad de contar con estas empresas. Además, hay que aceptar que se está produciendo lo que podemos llamar una mundialización de los mercados; la llegada de un mundo cada vez más integrado donde el avance de las comunicaciones y de las relaciones económicas internacionales deja anticuadas las fronteras nacionales tradicionales.

Las principales dificultades que conciernen a las empresas multinacionales radican, sin embargo, en que los mecanismos jurídicos y políticos de los distintos países no están pensados para incidir en empresas que, en ocasiones, ni siquiera tienen patria.

La Comisión de Empresas Transnacionales de las NN.UU. pretende, entre otras cosas, elaborar un código de conducta para dichas empresas que marque claramente las líneas de actuación a seguir, las relaciones entre las empresas y los gobiernos receptores y de origen, etc. Dicho Código, que debe tratar aspectos muy amplios y complicados (incluso de intereses contrapuestos), lleva elaborándose desde 1977, pero las dificultades mencionadas impiden su terminación y la discusión continúa, aunque se ha ido avanzando y se dispone ya de una serie de documentos de amplia aceptación.

4. LA EMPRESA MULTINACIONAL ALIMENTARIA: TENDENCIA AL CRECIMIENTO Y A LA CONCENTRACION

Una vez definido el concepto de empresa multinacional y recordando la idea que teníamos de industria alimentaria —aquella que dedica el mayor volumen de sus negocios (8) a la transformación de la producción agrícola en alimentos más elaborados—, de la fusión de ambos, puede surgir la definición de empresa multinacional alimentaria, que podríamos resumir del siguiente modo: aquella empresa de

(8) Más de 50 por 100.

ámbito internacional cuya matriz es un centro autónomo de decisión y que dedica la mayor parte de su volumen de negocios a la producción de alimentos.

«Lo que caracteriza a la empresa alimentaria es (Rastoin, 1975), pues, su base agrícola, que constituye en el estado actual de la tecnología la única fuente de materias primas, y el destino alimentario de sus productos terminados: la alimentación humana o animal. Sin embargo, la realidad es más compleja, ya que el análisis detallado de los grupos y subgrupos de los productos CITI (apartado 3 de la nomenclatura CITI de las Naciones Unidas) (9), elaborados por las firmas agroalimentarias, nos muestra que estas firmas se caracterizan igualmente por una diversificación importante, tanto en el sector de las industrias alimentarias como en los sectores con ellos relacionados, tales como:

- Agricultura, cría de ganado, pesca.
- Material de fabricación industrial.
- Fabricación de embalajes, promoción.
- Transporte y comunicaciones».

La definición dada en el epígrafe anterior por Alexis Jacquemin, aunque es algo burda suministra también una idea del porqué de la diversificación de estas empresas que distintos países. ¿Cuáles son los motivos que llevan a una empresa a extender sus actividades a nuevos países y los riesgos que ello entraña, además de por el hecho de perseguir los máximos beneficios?

Naturalmente las razones por las que una multinacional decide instalarse en un país no son sólo las mencionadas en aquella definición, ni tan simples. Vamos a tratar de resumir cuales pueden ser esas causas, sin pretender agotarlas en su totalidad:

1º El coste de la mano de obra, e incluso la conflictividad que ésta pueda presentar, son factores que se han tenido muy en cuenta por estas empresas y, por ello, han dirigido su acción hacia los países menos desarrollados. España ha sido un ejemplo de ello.

(9) El paréntesis es nuestro.

2º El coste del capital es también un incentivo para estas empresas. Aunque normalmente tienen gran capacidad de autofinanciación debido a su tamaño, en muchas ocasiones utilizan también subvenciones o se acogen a facilidades crediticias oficiales.

3º Jacquemin menciona el nivel de precios como una causa para la implantación de una empresa en un país. Aunque no especifica con claridad a qué nivel deben aquéllos situarse, hay que entender que tendría que ser bajo.

4º Las ventajas fiscales, sobre todo, en la actualidad, en que el fisco de todos los países tiende a gravar fuertemente los beneficios, pueden ser otro de los alicientes por cuales una firma extranjera decida iniciar actividades en un país determinado.

5º Ya en otro lugar hemos hablado del hecho de que, cuando a una empresa exportadora le surgen inconvenientes para dar salida hacia el exterior a sus productos, ésta puede encontrar conveniente continuar en ese mercado pasando a producir en el interior del país. La decisión puede verse favorecida si tenemos en cuenta que cuando un país pone trabas a las mercancías que llegan de fuera suele ser porque su propia industria no es competitiva con la exterior, por lo cual la empresa extranjera entra en el mercado en mejores condiciones de rentabilidad que las nacionales, superando, por tanto, las correspondientes barreras de entrada.

6º También hemos indicado anteriormente que a una empresa multinacional le puede interesar, y de hecho así ha sido, instalarse en el lugar donde se produzcan las materias primas que necesite, bien para transformarlas en su propio origen, o bien, para exportarlas a otros países en los que a esa multinacional le convenga transformarlas.

7º Por último, señalaremos la importancia que tienen para una empresa multinacional las expectativas existentes en el mercado interior del país en el que invierte, dado que estas empresas, y, sobre todo, las alimentarias, persiguen un

mercado en transformación, o ya creado, en el cual tengan cabida productos con un alto valor añadido.

Esta diversificación la consiguen las empresas multinacionales alimentarias a través de cuatro vías (Pedro Cruz Roche, 1978, pág. 101): a) mediante una concentración horizontal dentro del propio sector alimentario, produciendo diversos alimentos correspondientes a distintos subsectores dentro del propio sector; b) a través de una integración vertical hacia atrás, buscando conseguir directamente las materias primas que posteriormente elaborará; c) por una integración vertical, dando un paso hacia delante dentro del sistema agroindustrial, encargándose de la distribución de sus propios productos; d) diversificando su producción y ampliando sus actividades hacia sectores distintos del alimentario.

Hay un hecho que conviene resaltar aquí y que ha favorecido enormemente el desarrollo de las multinacionales alimentarias. Hemos señalado que uno de los motivos que tienen las multinacionales para localizarse en un país es encontrar un mercado interior en expansión. Esta expansión ha venido —a partir de la Segunda Guerra Mundial— de la mano de un cambio cualitativo y cuantitativo de la demanda de productos alimentarios en las economías occidentales, provocado por el incremento continuado de la renta per cápita, el creciente proceso de urbanización, la alteración de las pautas sociales y culturales, y todos aquellos factores determinantes que fueron examinados en el primer capítulo.

Estos cambios en el nivel de vida y en las actitudes de los consumidores han beneficiado enormemente a las empresas sólidas, que inmediatamente han sabido acudir a los mercados internacionales para cubrir las nuevas demandas de alimentos más sofisticados o la expansión del consumo de ciertos productos.

«Puesto que el consumo alimentario per cápita tiende hacia un límite, como sucede en Europa, cualquier incremento del gasto alimenticio suele beneficiar a las industrias agroalimentarias más que a la agricultura. En efecto, los

consumidores tienden a sustituir los productos agrícolas tradicionales por productos transformados y elaborados. Estos son productos de «conformidad» porque incorporan cantidades crecientes de actividades secundarias y terciarias que facilitan su conservación y preparación. Esta evolución implica una reducción del componente agrícola en el valor mercantil final». (Malassis, 1976).

Como vemos, estos factores que tantas veces hemos mencionado como determinantes de una nueva demanda de productos alimenticios, han sido causa también del desarrollo de las industrias alimentarias y, por ende, del impulso de las multinacionales dedicadas al ramo de la alimentación, que ante un mercado en expansión han sabido aumentar su número y su tamaño mediante procesos de innovación absorción y fusión, colocándose en una posición privilegiada gracias a su tamaño, a su expansión por el mundo y a su integración, tanto horizontal como vertical.

5. GRANDES MULTINACIONALES DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

Observando las primeras empresas alimentarias mundiales, seleccionadas en función de su cifra de negocios, se llega a la conclusión de que —por término medio— las empresas agroalimentarias gigantes han conocido, entre 1965 y 1980, un crecimiento anual medio superior al 13 por 100, crecimiento que es muy superior al experimentado por el PIB de los países más desarrollados y que, por consiguiente, subraya el hecho comprobado de que la expansión de las grandes empresas alimentarias ha registrado una tendencia claramente creciente a nivel mundial.

El ritmo de crecimiento de las grandes empresas alimentarias evidencia el gran auge que ya mencionábamos en el epígrafe anterior, que sitúa a las empresas que actúan en este sector en puestos destacados dentro de las industrias manufactureras. Especialmente en algunos países de la Comunidad Económica Europea.

CUADRO II-7

Las cinco primeras empresas multinacionales, según su cifra de negocios, de la industria agroalimentaria, química, automovilística y siderúrgica en 1980*

	Ventas \$
AGROALIMENTARIAS	
1. Unilever (Gran Bretaña/Holanda)	23.607,516
2. Nestle (Vevey, Suiza)	14.161,187
3. Dart-Kraft (U.S.A.)	10.211,000
4. Beatrice Foods (Chicago)	8.772,804
5. Pepsico (New York)	7.027,443
QUIMICA	
1. Hoechst (Alemania)	16.480,434
2. Bayer (Alemania)	15.880,596
3. Basf (Alemania)	15.277,348
4. E.I. Dupont de Nemours (U.S.A.)	13.652,000
5. I.C.I. (Inglaterra)	13.290,347
AUTOMOVILISTICA	
1. General Motors (U.S.A.)	57.728,500
2. Ford (U.S.A.)	37.085,000
3. Fiat (Italia)	25.155,000
4. Renault (Francia)	18.979,278
5. Volkswagen (Alemania)	18.339,046
SIDERURGICA	
1. Thyssen (Alemania)	15.235,998
2. Nippon Steel (Japón)	13.104,996
3. U.S. Steel (USA)	12.492,100
4. Pechiney Ugine Kuhlmann (Francia)	9.029,710
5. Fried Krupp (Alemania)	7.668,468

* Los datos correspondientes a empresas U.S.A. son de 1981.

Fuente: Revista «Fortune».

Para proporcionar una idea de la envergadura que tienen las grandes firmas agroalimentarias, incluimos el cuadro número 7, en el cual se comparan las cifras de negocios de

las cinco empresas agroalimentarias mundiales con las mayores sociedades multinacionales de la industria química, automovilística y siderúrgica en 1980.

A la vista del cuadro podemos subrayar algunos puntos de interés:

1º Existe una firma, Unilever, cuyo volumen de ventas es muy superior a las demás multinacionales alimentarias y que, además, figura en un lugar especialmente destacado a escala internacional (ocupa el puesto número 11 en la lista de las mayores sociedades mundiales).

2º Las demás multinacionales alimentarias tienen unos volúmenes de ventas considerablemente inferiores (Nestlé, la segunda firma alimentaria mundial, ocupa el lugar 35 de la lista general), pero están a la altura de las primeras firmas siderúrgicas, por ejemplo (Thyssen Alemania y Nippon Steel) y ligeramente por debajo de empresas tan importantes como la Hoechst, la Bayer o la Volkswaguen.

3º Las cinco empresas alimentarias del cuadro no sólo tienen unas cifras de ventas muy altas, sino que, como veremos más adelante, son empresas muy diversificadas en cuanto a su producción y están implantadas en muchos países, (en 1972, Unilever y Nestlé lo estaban ya en 47 países; en 1980, habían ampliado sus actividades a 59 y 53, respectivamente).

4º De una serie de análisis comparativos se deduce que la industria alimentaria multinacional constituye uno de los bloques manufactureros más importantes que suele tener, además, una gran trascendencia económica y social en los países en los que actúa (10).

(10) Al respecto Rastoin (1976) asegura que, en su conjunto y de acuerdo con las actuales tendencias, «en 1985, de 90 a 100 empresas agroalimentarias deberían realizar ellas solas alrededor del 50 por 100 de la producción alimentaria mundial mientras que las 10 primeras firmas asegurarían la 5.ª parte de esta producción. Estas firmas beneficiarían y acelerarían a la vez el movimiento de uniformidad mundial en los sistemas de consumo».

Dando por sentadas estas ideas, podemos aportar como complemento una relación de las primeras multinacionales alimentarias, clasificadas según su volumen de negocios, para intentar estudiar más tarde algunos rasgos de las más destacadas. Los datos proceden de la Revista «Fortune» y las cifras de ventas se refieren a millones de dólares. (Cuadro 8).

CUADRO II-8
Las primeras firmas mundiales de productos alimenticios en 1981*.
(Millones de dólares)

	Ventas
1. UNILEVER (Gran Bretaña/Holanda)	23.607,516
2. NESTLE (Vevey, Suiza)	14.161,187
3. DART-KRAFT (U.S.A.)	10.211,000
4. BEATRICE FOODS (U.S.A.)	8.772,804
5. PEPSICO (U.S.A.)	7.027,443
6. GENERAL FOODS (U.S.A.)	6.601,255
7. COCA-COLA (U.S.A.)	6.129,251
8. NABISCO BRANDS (U.S.A.)	5.819,200
9. IMPERIAL GROUP (Gran Bretaña)	5.591,996
10. CONSOLIDATED FOODS (U.S.A.)	5.614,052
11. RALSTON PURINA (U.S.A.)	5.233,800
12. CONTINENTAL GROUPS (U.S.A.)	5.194,400
13. GRAN METROPOLITAN (Gran Bretaña)	5.098,486
14. GEORGE WESTON HOLDINGS (Gran Bretaña)	4.705.709
15. GREYHOUND (U.S.A.)	4.699,085
16. BORDEN (U.S.A.)	4.415,174
17. C.P.C. INTERNATIONAL (U.S.A.)	4.343,100
18. I.C. INDUSTRIES (U.S.A.)	4.194,500
19. UNITED BRANDS (U.S.A.)	4.058,387
20. AMERICAN BRANDS (U.S.A.)	4.039,096
21. ANHEUSER-BUSH (U.S.A.)	3.842,200
22. SNOW BRAND MILK PRODUCTS (Japón) .	2.915,473
23. UNIGATE (Gran Bretaña)	2.702,706
24. CADBURY SCHWEPES (Gran Bretaña)	2.602,024
25. UNION INTERNATIONAL (Gran Bretaña) ..	2.366,914
26. CANADA PAHERS (U.S.A.)	2.325,462

* Los datos correspondientes a empresas no USA son de 1980.
Fuente: Revista Fortune.

A las cinco primeras multinacionales del cuadro anterior le siguen empresas (Pepsico, Coca-Cola, Nabisco...), muy conocidas en España. Puede observarse que, aunque las cifras de venta van descendiendo en la clasificación, su nivel más bajo sigue siendo muy destacable.

Un aspecto conocido, pero que se deja de llamar la atención, es la preponderancia de empresas norteamericanas, seguidas de un buen número de empresas inglesas.

Aunque de forma muy sintética, quizás sea útil recordar aquí algunos rasgos y datos de algunas de las empresas alimentarias más importantes incluidas en el cuadro:

UNILEVER: Se creó a partir de una empresa productora de jabón (1886), que dió origen al grupo inglés Lever, y del grupo holandés Margarine Unie, con la que se fusiona en 1929.

La sociedad angloholandesa, con una cifra de negocios en 1980 de 23.607 millones de dólares, es una de las firmas más importantes del mundo. Sus empleados superaban, en 1974, la cifra de las 350.000 personas (310.000 en 1980). Tiene cerca de 500 empresas, al frente de las cuales se encuentran dos casas matrices: una inglesa y otra holandesa.

Cerca del 65 por 100 de su capital se halla invertido en Europa, el 14 por 100 en América y otro 14 por 100 en África.

Solamente el 50 por 100 de la actividad del grupo se realiza en el sector alimentario, en el cual tiene una gran diversificación, orientándose hacia producciones de mayor valor añadido: té, aceite, margarina, carne, sopas preparadas, productos de confitería, helados y congelados; productos químicos y de limpieza.

NESTLE: Actualmente «Nestlé Alimentaria». Primer fabricante mundial de productos alimentarios; procede de una fábrica de leche condensada creada en 1866 y de una empresa dedicada a la fabricación de harina lacteada para la alimentación infantil, con la que se fusiona en 1905.

En 1980 daba empleo a 152.000 personas. La distribución de sus ventas en 1979 fue la siguiente: leche, queso, yogur y

similares, 24,5 por 100; alimentos infantiles y productos dietéticos, 7,5 por 100; bebidas líquidas e instantáneas, 30,5 por 100; chocolate, cacao y pastelería, 9,7 por 100; sopas, caldos, condimentos, platos preparados y varios, 19,8 por 100; alimentos congelados y helados, 7,2 por 100.

En 1936, se transformó en holding y las sociedades afiliadas en el extranjero la imitan.

KRAFT: Con un volumen de ventas en 1980 de 10.211 millones de dólares, esta empresa americana tiene un porcentaje de ventas en el extranjero del 15,5 por 100. En Europa está implantándose en Gran Bretaña, Alemania, Italia, Bélgica, Dinamarca, Irlanda, Suecia y España.

Se dedica principalmente a derivados lácteos y otros productos alimentarios, además de embalajes. En 1980 contaba con 88.498 empleados.

BEATRICE FOODS: Multinacional americana que en 1980 tuvo unas ventas de 8.772 millones de dólares. En Europa trabaja principalmente en Gran Bretaña, Alemania, Italia, Bélgica, Holanda, Francia, Suiza y España. Está implantada en 28 países distintos. Sus negocios son principalmente los derivados lácteos, otros productos alimenticios y actividades de esparcimiento. En 1980 contaba con 80.000 empleados.

COCA-COLA: Esta sociedad americana vende sus productos en casi todos los países del mundo. En 1980, tuvo un volumen de negocios de 6.129 millones de dólares.

El farmacéutico Thon Pemberton inventa la Coca-Cola en 1886. La publicidad de esta marca, como se ha dicho con frecuencia, forma parte integrante del paisaje americano. Coca-Cola domina en los Estados Unidos el 40 por 100 del mercado de bebidas gaseosas.

En sus fábricas americanas se elabora únicamente un extracto vegetal que posteriormente es vendido a los concesionarios, ligados por rigurosos contratos. Dichos concesionarios proceden a la mezcla del extracto (con agua, azúcar y gas carbónico) y al embotellado.

Después de la II Guerra Mundial la sociedad se lanza a la conquista del mercado internacional, que no absorbía hasta entonces más que la quinta parte de sus ventas.

La estrategia de la empresa, que era producir un solo producto, se replantea, sobre todo, por la competencia de Pepsi-Cola. La diversificación ha permitido a la empresa recuperar los índices de crecimiento de fines de los años 50. En 1960, se convierte en el primer productor mundial de concentrados cítricos. En 1964, se coloca en el segundo puesto de fabricación de café soluble. En la actualidad fabrica más de 250 productos. En 1981 daba empleo a 38.100 empleados.

Para cerrar esta rápida visión de la industria alimentaria multinacional es útil señalar qué países son los que han proporcionado mayor número de éstas. A partir del cuadro 8, puede deducirse ya un dato: de las primeras empresas agroalimentarias de los países occidentales, 17 de ellas proceden de los Estados Unidos; 7 de Gran Bretaña y una de Suiza. Queda, pues, muy claro el predominio de Estados Unidos en este terreno.

Sin embargo, en los últimos años se ha registrado un crecimiento muy rápido por parte de las empresas europeas (sobre todo, británicas) y japonesas, por lo que si esta tendencia se mantiene, el dominio que se espera que tenga un número reducido de empresas dentro de pocos años en el mercado alimenticio mundial no será detentado exclusivamente por las empresas americanas (Cruz Roche, 1978). El retroceso relativo de las empresas USA se debe, principalmente, a que las condiciones económicas y sociales en Europa se han modificado mucho en los últimos años. El nivel de salarios ha aumentado considerablemente y el absentismo y las reivindicaciones laborales son cada vez más fuertes. Este mismo hecho ha influido también sobre las firmas europeas, para las cuales el mercado americano ya no resulta tan difícil y donde, además, existe una gran abundancia de materias primas, estabilidad política y una diversidad enorme de mercados en los que cada empresa encuentra un lugar. La expansión de las empresas europeas hacia otras áreas del mundo ha sido también un hecho y todo indica que, aunque

la crisis ha obligado a revisar muchos programas de inversión, la tendencia seguirá a lo largo de la década actual. Los avances tecnológicos en curso favorecen, por otra parte, los procesos de concentración y la dependencia de los grandes grupos que se han formado en este sector productivo, lo cual no significa que tales grupos constituyan un bloque cerrado.

