



**La industria  
agroalimentaria  
en Andalucía**

Capítulo II



## II. LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA EN ANDALUCÍA

### II.1 Principales rasgos de la Industria Agroalimentaria andaluza

Dentro de la estructura económica de Andalucía, el complejo agroalimentario constituye un pilar fundamental, por un lado, debido al peso y posición que ocupa en dicha estructura y, por otro, por sus ventajas y potencialidades. Se trata, además, del principal sector exportador de la economía andaluza, y desempeña un papel importante en el equilibrio territorial, al localizarse gran parte de las empresas en zonas rurales. No obstante, se encuentra sujeto a profundos y constantes cambios, derivados básicamente de la internacionalización de la economía, de las nuevas orientaciones de la Política Agrícola Común, de los avances tecnológicos, de la concentración de la demanda en las cadenas de distribución, de la necesidad de conservar el medio ambiente y, sin duda, de las crecientes exigencias de los consumidores.

La Industria Agroalimentaria es una de las principales actividades de la industria manufacturera europea. Su valor de producción, según los últimos datos disponibles de Eurostat, supera los 900.000 millones de euros, lo que representa alrededor del 14 por ciento del total del sector industrial. Concentra, además, alrededor del 11,5 por ciento del VAB industrial, siendo así una de las industrias más relevantes del continente, con una participación algo superior a la de la Industria química, y muy similar a las ramas de Fabricación de maquinaria y equipo, Fabricación de equipos eléctricos y ópticos o Fabricación de equipos de transporte. Cuenta con unas 310.000 empresas, que dan empleo a unos 4,7 millones de trabajadores, el 13,6 por ciento del empleo industrial en Europa. El 80 por ciento de éstas son microempresas (menos de 10 trabajadores), y en torno al 99 por ciento son PYMES con menos de 250 trabajadores. En términos de productividad, sin embargo, la Industria Agroalimentaria europea cuenta con un valor añadido por ocupado (por debajo de los 50.000 euros) inferior a la media del sector industrial (casi 56.000 euros por ocupado).

**CUADRO II.1 Principales ramas de actividad industrial en la UE.**

	Porcentajes VAB Industrial	Porcentajes Empleo Industrial
Alemania	Fabricación equipo de transporte; Fabricación maquinaria y equipo	Fabricación de maquinaria y equipo; Fabricación de metales
Francia	Fabricación de productos alimenticios, bebidas y tabaco; Fabricación de metales	Fabricación de productos alimenticios, bebidas y tabaco; Fabricación de metales
Reino Unido	Fabricación de productos alimenticios, bebidas y tabaco; Fabricación de equipo de transporte	Fabricación de productos alimenticios, bebidas y tabaco; Fabricación de metales
Italia	Fabricación de metales; Fabricación de maquinaria y equipo	Fabricación de metales; Fabricación de maquinaria y equipo
España	Fabricación de metales; Fabricación de productos alimenticios, bebidas y tabaco	Fabricación de metales; Fabricación de productos alimenticios, bebidas y tabaco
UE-27	Fabricación de metales; Fabricación de equipo eléctrico y óptico	Fabricación de metales; Fabricación de productos alimenticios, bebidas y tabaco

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Structural Business Statistics 2007, Eurostat.

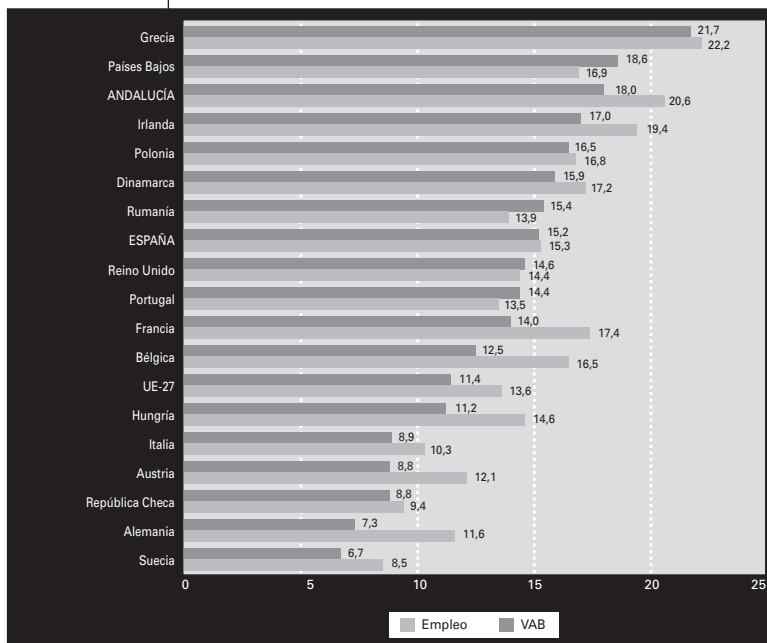
**CUADRO II.2 Indicadores de la Industria de Alimentación, Bebidas y Tabaco en la UE.**

	Empresas	Ocupados	Valor de producción (millones de euros)	Porcentajes Valor producción/ Total industria	Porcentajes empresas con entre 1 y 9 trabajadores
<b>UE-27</b>	<b>310.000</b>	<b>4.702.200</b>	<b>913.147,2</b>	<b>13,5</b>	<b>79,5</b>
Bélgica	7.544	100.897	34.797,4	13,8	80,3
República Checa	6.569	130.227	12.158,2	9,6	68,5
Dinamarca	1.720	72.602	20.791,4	22,6	52,8
Alemania	32.017	837.638	165.572,8	9,7	54,3
Irlanda	633	43.471	21.425,4	17,8	31,1
Grecia	16.275	90.361	11.692,3	20,7	96,0
<b>ESPAÑA</b>	<b>28.708</b>	<b>389.683</b>	<b>89.697,8</b>	<b>17,0</b>	<b>77,4</b>
Francia	70.829	625.514	150.915,7	16,8	89,3
Italia	71.640	475.099	107.783,6	11,2	89,4
Hungría	6.465	112.754	9.837,7	11,8	79,0
Países Bajos	4.225	131.547	55.656,5	20,2	65,8
Austria	4.058	77.000	13.562,5	9,2	63,2
Polonia	15.517	454.375	44.309,7	20,9	68,7
Portugal	10.941	110.821	12.445,2	15,9	80,4
Rumanía	10.011	209.461	10.432,9	17,9	69,0
Suecia	3.295	68.246	14.405,7	7,4	79,3
Reino Unido	7.037	441.641	111.480,9	16,2	56,9

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Structural Business Statistics 2007, Eurostat.

GRÁFICO II.1

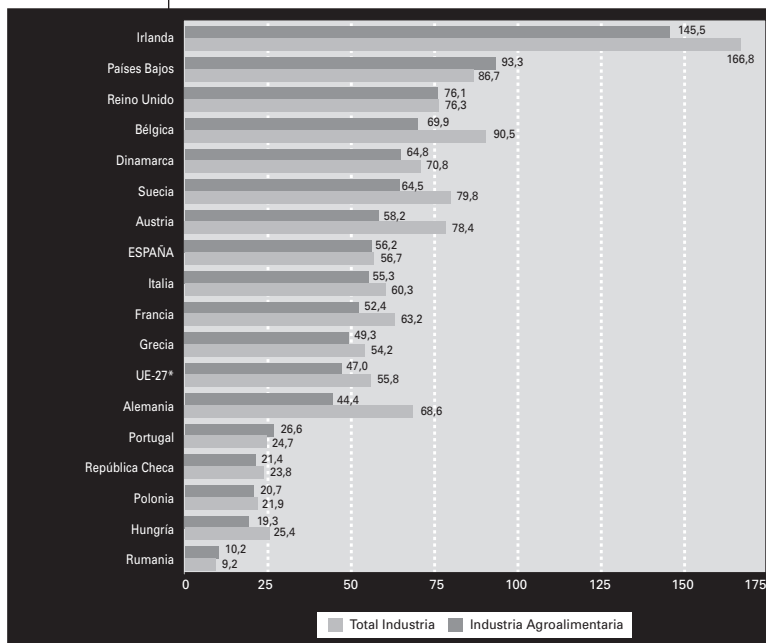
La Alimentación, Bebidas y tabaco, una de las principales ramas industriales en la UE y más aún en España y Andalucía. *Porcentajes VAB y empleo Industria Agroalimentaria / VAB y empleo Total industria*



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía*, Encuesta Industrial Anual de Empresas, IEA y Structural Business Statistics 2007, Eurostat.

Según cifras de Eurostat, España ocupa el quinto puesto en cuanto a valor de producción de la Industria de la Alimentación, bebidas y tabaco en Europa se refiere, con alrededor de 90.000 millones de euros, tras Alemania, Francia, Reino Unido e Italia, y el sexto lugar por volumen de empleo. La mayor importancia aún de esta industria en nuestro país queda patente si tenemos en cuenta que aporta alrededor del 15 por ciento del VAB y empleo industrial en España, frente al 11,4 y 13,6 por ciento, respectivamente, de la media comunitaria, siendo el segundo sector nacional en cuanto a aportación al valor añadido industrial, sólo por detrás de la Fabricación de productos metálicos. Por otro lado, aunque el valor añadido bruto por empleado es muy similar en la industria española al promedio de la UE-27, en torno a los 56.000 euros/ocupado, en el caso de la Industria Agroalimentaria España cuenta con una productividad (en torno a los 56.000 euros por ocupado) superior al promedio comunitario en unos 10.000 euros, y muy similar a la media de la industria nacional, algo que no ocurre en el conjunto de la UE-27, aunque por debajo de la de países como Reino Unido o Países Bajos.

**GRÁFICO II.2** Al contrario que en la UE, en España la productividad en el sector agroalimentario es muy similar al promedio de la industria. Valor Añadido Bruto por ocupado en miles de euros



\* Dato no disponible para la Industria Agroalimentaria. Estimaciones a partir de los datos del año anterior.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Structural Business Statistics 2007, Eurostat.

De este modo, se estima que el conjunto agroalimentario representa en torno al 4,5 por ciento del VAB nacional, y un 6 por ciento del empleo total, concentrando en torno a un 14 por ciento de las exportaciones españolas. En el caso de Andalucía, esta relevancia es aún mayor, ya que la agroalimentación concentra casi el 6 por ciento del VAB regional y un porcentaje algo mayor del empleo, siendo responsable de algo más de una tercera parte de las ventas al exterior de la región, lo que la sitúa como el primer sector exportador andaluz.

**CUADRO II.3 Principales indicadores del Complejo Agroalimentario.**

	Andalucía		España	
	Unidades	Porcentajes <sup>(1)</sup>	Unidades	Porcentajes <sup>(1)</sup>
<b>Agricultura, ganadería y pesca</b>				
VAB (miles de €)	5.468.161	4,0	25.654.000	2,6
Población Ocupada	222.600	7,1	818.900	4,0
<b>Industria Agroalimentaria</b>				
VAB (miles de €)	2.611.729	1,9	20.327.278 <sup>(2)</sup>	2,0
Población Ocupada	52.505	1,7	385.343	1,9
Exportaciones (miles €)	5.952.432	35,4	26.874.680	14,2
Importaciones (miles €)	2.653.575	9,7	26.101.881	9,2
<b>Total Complejo Agroalimentario</b>				
VAB (miles de €)	8.079.890	5,9	45.981.278	4,6
Población Ocupada	275.105	8,8	1.204.243	5,9
Exportaciones (miles €)	5.952.432	35,4	26.874.680	14,2
Importaciones (miles €)	2.653.575	9,7	26.101.881	9,2

(1) Participación sobre VAB, empleo, exportaciones e importaciones totales.  
 (2) Puede estar ligeramente infraestimado, debido a la imposibilidad de desagregar más la variación de existencias.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía*, Contabilidad Regional de España (INE), Encuesta de Población Activa (INE), Encuesta Industrial Anual de Empresas 2008 (IEA e INE) y Secretaría de Estado de Comercio (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio).

Tras Cataluña, que representa algo más del 20 por ciento del empleo y la cifra de negocios de la Industria Alimentaria española, Andalucía es la Comunidad Autónoma más representativa de la Agroindustria nacional, con alrededor del 14 por ciento del empleo y la cifra de negocios de ésta. Asimismo, dentro de la estructura productiva andaluza, la Industria Agroalimentaria es la primera rama industrial por volumen de empleo y la segunda por cifra de negocios, en este caso sólo por detrás de las Industrias extractivas, energía y agua, concentrando alrededor de una quinta parte del volumen de negocios en la industria regional, a tenor de la información obtenida de la Encuesta Industrial de Empresas. No obstante, hay otras Comunidades Autónomas más dependientes de la Industria Agroalimentaria, tales como Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura, Murcia o La Rioja, destacando el VAB obtenido por ocupado en las dos primeras y la región riojana, en tanto que en Andalucía se sitúa algo por debajo del promedio nacional.

## CUADRO II.4

## Principales indicadores de la Industria Alimentaria en España.

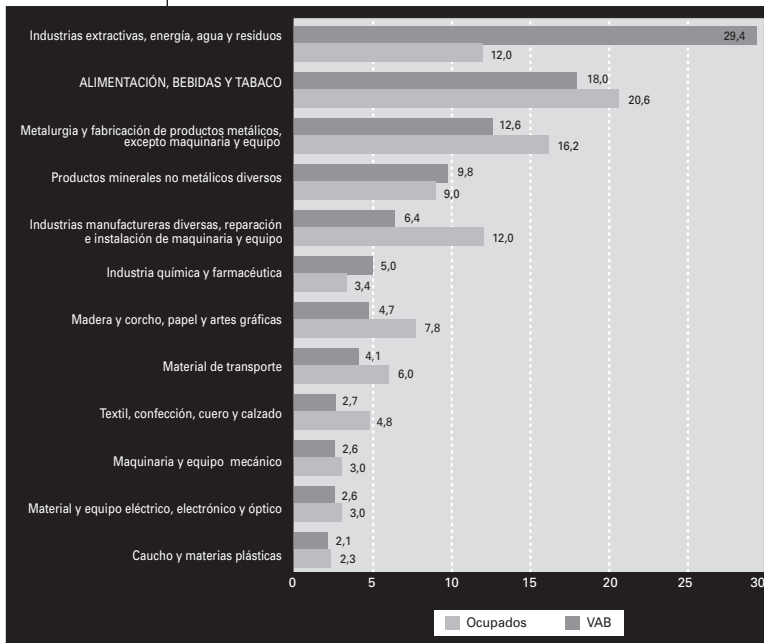
	Ocupados		Cifra de negocios		VAB por ocupado (miles de €)	
	Número	Porcentajes Total industria	Millones de euros	Porcentajes Total industria	Industria Alimentaria	Total industria
Andalucía	52.505	20,6	14.435,5	21,6	14,3	53
Aragón	11.383	10,7	3.308,9	12,0	3,3	59
Asturias	9.030	14,3	2.162,4	14,4	2,1	73
Baleares	5.054	17,7	1.018,0	19,2	1,0	61
Canarias	11.037	27,0	1.732,2	16,3	1,7	62
Cantabria	5.840	15,9	1.275,6	14,3	1,3	60
Castilla y León	37.505	25,2	9.512,0	24,9	9,4	65
Castilla-La Mancha	24.253	20,5	8.168,6	26,8	8,1	60
Cataluña	78.526	14,1	23.698,6	16,5	23,4	62
Comunidad Valenciana	34.068	10,8	8.207,9	12,7	8,1	49
Extremadura	11.343	34,5	2.398,7	35,4	2,4	50
Galicia	28.602	16,6	7.497,0	17,9	7,4	59
Madrid	20.205	8,5	4.484,5	6,8	4,4	69
Murcia	20.298	26,2	4.628,7	27,3	4,6	49
Navarra	12.303	16,7	2.762,0	13,8	2,7	66
País Vasco	15.135	6,8	3.746,5	6,1	3,7	88
Rioja (La)	8.254	27,8	2.235,3	37,3	2,2	61
<b>España</b>	<b>385.343</b>	<b>15,3</b>	<b>101.272,5</b>	<b>16,1</b>	<b>100,0</b>	<b>60</b>

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía*, Encuesta Industrial de Empresas 2008 (INE) y Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino.

Igualmente, la Industria de la Alimentación y Bebidas en Andalucía es la segunda rama por aportación al VAB industrial regional (18 por ciento), tras las Industrias extractivas, energía, agua y residuos (29,4 por ciento). A este respecto, hay que puntualizar que la Encuesta Industrial de Empresas de 2008 ha sido modificada con objeto de adaptarla a la nueva Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE 2009), por lo que los datos no son estrictamente comparables con los de años anteriores. Un claro ejemplo de ello es el aumento tan importante de la contribución al VAB de las industrias extractivas, que han pasado del 18 por ciento del año 2007 al 29 por ciento actual, al englobar ahora extractivas, energía, agua y reciclado, en tanto que con anterioridad la rama incluía sólo a las industrias extractivas y del petróleo. Sin embargo, en el caso de la Industria Agroalimentaria no se han producido cambios significativos, de ahí que su análisis no se vea muy afectado por este cambio de metodología.

**GRÁFICO II.3**

**La Alimentación y bebidas, principal sector industrial andaluz.**  
*Porcentajes sobre VAB y empleo del sector industrial*

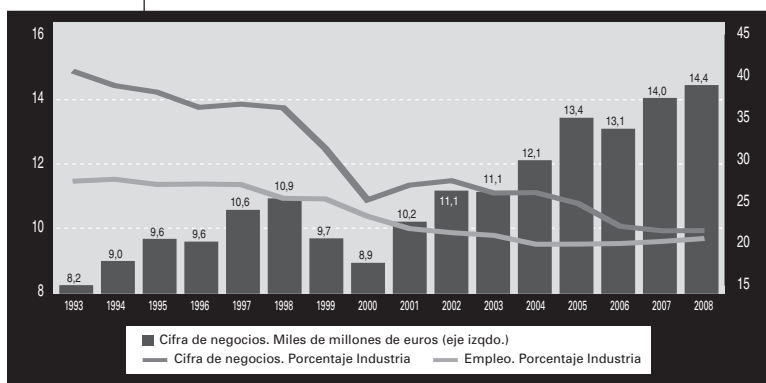


Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Encuesta Industrial Anual de Empresas 2008, IEA.

Aunque la agroalimentación sigue siendo la principal rama industrial de Andalucía, en los últimos años sí que se ha observado una pérdida de peso relativo en relación al conjunto de la industria, aunque más por el mayor avance experimentado por otras ramas, que por el retroceso de la industria alimentaria, ya que mientras que ésta ha registrado un crecimiento medio anual del volumen de negocio cercano al 4 por ciento entre 1993 y 2008, este avance ha sido casi del 8,5 por ciento para el conjunto de la industria. Así, la Agroindustria andaluza ha pasado de representar el 41 por ciento de la cifra de negocios de la industria en el año 1993 (primero para el que se dispone de la Encuesta Industrial de Empresas), al 21,6 por ciento del año 2008 (último periodo disponible), mientras que otras como la rama metalúrgica o las industrias extractivas han aumentado su peso. En términos de empleo, también se observa esta pérdida de importancia relativa, aunque de forma menos acusada, representando ahora la Industria Agroalimentaria el 20,6 por ciento del empleo industrial, casi 7 puntos menos que en 1993, debido al ligero descenso registrado en los últimos años (-0,7 por ciento anual), que contrasta con el ligero avance del empleo industrial en conjunto (1,3 por ciento de crecimiento medio anual).

GRÁFICO II.4

**La aportación de la Industria Alimentaria a la cifra de negocios y el empleo industrial se reduce en los últimos años. Miles de millones de euros y porcentajes**



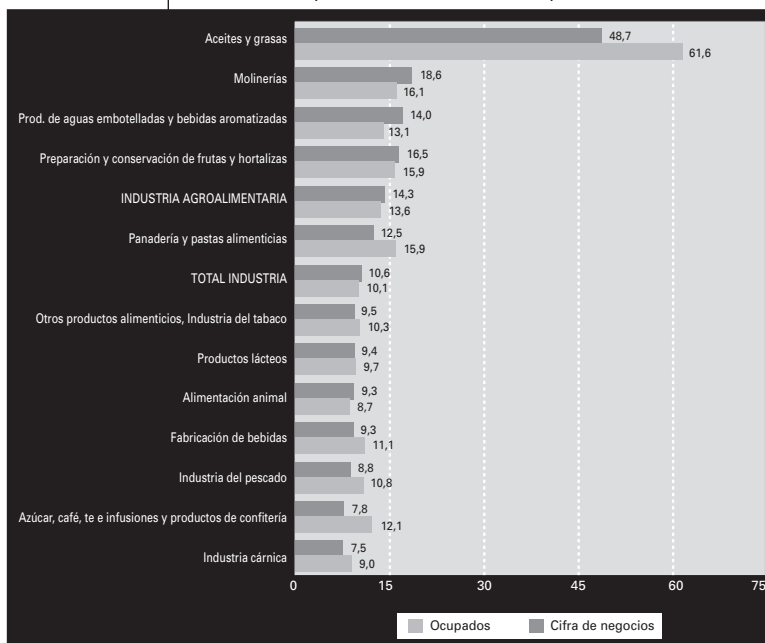
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Encuesta Industrial Anual de Empresas 2008, IEA.

La rama de Aceites y grasas sigue siendo la que supone una mayor aportación a la cifra de negocios de la Industria Agroalimentaria andaluza, en torno a un tercio del total, y ha mostrado en los últimos quince años un crecimiento medio anual del 5,5 por ciento, alrededor de 1,5 puntos más que el conjunto

de la Agroindustria regional. Además, aporta casi la mitad del volumen de negocios de esta rama a nivel nacional. Junta a ésta, Industrias cárnicas, Conservas vegetales, Bebidas alcohólicas, Industrias lácteas, Panadería y pastas alimenticias y Alimentación animal son las ramas que cuentan con cifras de negocios más elevadas, aunque su importancia relativa es bastante menor, con participaciones que oscilan entre el 10,4 por ciento de la primera y el 6,6 por ciento de la última. No obstante, no todas ellas han registrado la misma evolución en los últimos años, observándose como la rama de Bebidas alcohólicas ha experimentado un retroceso, descendiendo la cifra de negocios en torno a un 1 por ciento en media anual entre 1993 y 2008, en tanto que en el resto el crecimiento anual supera el avance medio de la Industria Agroalimentaria en su conjunto, destacando la rama de Alimentación animal (11,1 por ciento).

GRÁFICO II.5

**La región andaluza concentra casi las dos terceras partes del empleo en la rama de Aceites y grasas en España y la mitad de la cifra de negocios.** *Porcentajes sobre la cifra de negocios y el número de ocupados de cada rama en España*



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Encuesta Industrial Anual de Empresas 2008, IEA e INE.

Sin embargo, en términos de empleo, es la rama de Panadería y pastas alimenticias la que sigue concentrando un mayor número de ocupados, con alrededor de una cuarta parte del empleo en la Industria Agroalimentaria regional. Sin embargo, esta participación es algo inferior a la que se observaba en la segunda mitad de los noventa, cuando llegó a concentrar casi el 35 por ciento del empleo en la Agroindustria andaluza, a tenor del descenso medio registrado en la ocupación desde 1993, en torno al -1,3 por ciento, alrededor de medio punto más intenso que el experimentado por el conjunto de la Industria Alimentaria. Además de ésta, otras cuatro ramas (Industrias Cárnicas, Aceites y grasas, Conservas vegetales y Bebidas Alcohólicas) representan casi la mitad del empleo en la Industria Agroalimentaria regional, produciéndose en todas ellas a lo largo de los últimos años aumentos en la cifra de ocupados, a excepción de las Bebidas alcohólicas, que han perdido empleo a un ritmo medio anual cercano al 5 por ciento.

CUADRO II.5

**Evolución de la Industria Agroalimentaria andaluza por ramas: Variación media anual en porcentajes 1993-2008.**

	Empleo	Cifra de negocios
Industria cárnica	1,15	4,67
Industria del pescado	2,44	9,51
Preparación y conservación de frutas y hortalizas	1,71	7,65
Aceites y grasas	0,94	5,45
Productos lácteos	-1,60	5,13
Molinerías	-2,78	2,84
Alimentación animal	4,52	11,14
Panadería y pastas alimenticias	-1,27	4,75
Azúcar, café, te e infusiones y productos de confitería	-1,60	0,35
Otros productos alimenticios. Industria del tabaco	-0,78	-4,53
Fabricación de bebidas	-4,73	-1,15
Producción de aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	-1,72	4,89
<b>Industria Agroalimentaria</b>	<b>-0,66</b>	<b>3,84</b>
<b>Total industria</b>	<b>1,25</b>	<b>8,32</b>

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Encuesta Industrial Anual de Empresas, IEA.

**CUADRO II.6**

**Principales indicadores de la Industria Agroalimentaria por sectores.**

	Andalucía				España			
	Ocupados	Porcentajes Industria Agroalimentaria	Cifra de negocios (millones de euros)	Porcentajes Industria Agroalimentaria	Ocupados	Porcentajes Industria Agroalimentaria	Cifra de negocios (millones de euros)	Porcentajes Industria Agroalimentaria
Industria cárnica	7.865	15,0	1.494,10	10,4	86.980	22,6	19.857,32	19,6
Industria del pescado	2.133	4,1	366,40	2,5	19.737	5,1	4.148,24	4,1
Preparación y conservación de frutas y hortalizas	5.306	10,1	1.181,26	8,2	33.423	8,7	7.173,35	7,1
Aceites y grasas	7.129	13,6	4.828,91	33,5	11.575	3,0	9.921,77	9,8
Productos lácteos	2.583	4,9	997,95	6,9	26.761	6,9	10.633,83	10,5
Molinerías	1.061	2,0	652,45	4,5	6.583	1,7	3.513,04	3,5
Alimentación animal	1.241	2,4	952,36	6,6	14.212	3,7	10.202,32	10,1
Panadería y pastas alimenticias	13.519	25,7	976,83	6,8	84.960	22,0	7.806,76	7,7
Azúcar, café, té e infusiones y productos de confitería	2.792	5,3	388,54	2,7	23.049	6,0	5.000,23	4,9
Otros productos alimenticios. Industria del tabaco	2.791	5,3	537,33	3,7	27.188	7,1	5.664,46	5,6
Fabricación de bebidas	4.006	7,6	1.077,14	7,5	36.028	9,3	11.619,34	11,5
Producción de aguas embotelladas y bebidas aromatizadas	2.078	4,0	982,24	6,8	14.865	3,9	5.731,88	5,7
<b>Industria Agroalimentaria</b>	<b>52.505</b>	<b>100,0</b>	<b>14.435,51</b>	<b>100,0</b>	<b>385.343</b>	<b>100,0</b>	<b>101.272,53</b>	<b>100,0</b>
<b>Total industria</b>	<b>254.550</b>	<b>--</b>	<b>66.925,20</b>	<b>--</b>	<b>2.514.397</b>	<b>--</b>	<b>628.903,12</b>	<b>--</b>

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía y Encuesta Industrial Anual de Empresas 2008, IEA e INE.

En relación al conjunto nacional, sí que se aprecia una especialización productiva algo distinta, y si bien la rama de Panadería y pastas alimenticias concentra también alrededor de una quinta parte del empleo en la Industria Agroalimentaria española, siendo junto a las Industrias cárnicas la actividad más relevante en cuanto a ocupación se refiere, en términos de cifra de negocios la aportación de Aceites y grasas se encuentra por debajo de la correspondiente a ramas como las Industrias cárnicas, Fabricación de bebidas, Productos lácteos o Alimentación animal. Por otro lado, también a lo largo de estos últimos años la trayectoria de estos sectores ha sido diferente, de modo que en conjunto la Industria Agroalimentaria ha mostrado una trayectoria algo más favorable a nivel nacional que en el conjunto de Andalucía, manteniéndose prácticamente estable el empleo entre 1993 y 2008, y creciendo la cifra de negocios en torno a un 5 por ciento.

**CUADRO II.7 Especialización productiva por Comunidades Autónomas. <sup>(1)</sup>**

Andalucía	Grasas y Aceites
Castilla y León	Industrias Cárnicas
Castilla-La Mancha	Vinos
Cataluña	Industrias Cárnicas; Otros productos diversos
Comunidad Valenciana	Conservas de Frutas y Hortalizas; Pan, Pastelería, Pastas alimenticias
Galicia	Transformación de Pescado
Murcia	Conservas de Frutas y Hortalizas
Navarra	Conservas de Frutas y Hortalizas
Rioja (La)	Vinos

(1) Porcentaje de cada rama sobre las ventas de productos y el empleo de la Industria Alimentaria en cada región superior al 10 por ciento, y porcentaje superior al 10 por ciento de las ventas y el empleo de cada rama en el conjunto nacional.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Subdirección General de Fomento Industrial e Innovación, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

Junto a esta diversa especialización productiva, la industria, en general, y la Industria Agroalimentaria andaluza, en particular, cuentan con una menor productividad, en términos de valor añadido por ocupado, que el conjunto de España. Concretamente, el VAB por ocupado alcanza los 48.000 euros en la Industria Agroalimentaria regional, lo que supone en torno a 5.000 euros menos que el promedio nacional. Aunque algunas de las ramas alimentarias más relevantes de Andalucía, principalmente el caso

de Aceites y grasas, presenta un VAB por ocupado superior a la media del conjunto de la Agroindustria, lo cierto es que, en general, las distintas ramas, con excepción sobre todo de Aguas y bebidas analcohólicas, Productos de molinería e Industrias lácteas, cuentan con una productividad inferior a la que presentan estas ramas a nivel nacional.

**CUADRO II.8** Valor Añadido Bruto por ocupado en la Industria Alimentaria.  
Miles de euros por ocupado

	Cataluña	Andalucía	Castilla y León	Castilla-La Mancha	Comunidad Valenciana	Galicia	España
Industrias Cárnicas	42	29	66	49	43	32	43
Transformación de Pescado	35	36	49	50	37	36	37
Conservas de Frutas y Hortalizas	54	49	56	53	50	34	48
Grasas y Aceites	152	67	111	59	238	369	81
Industrias Lácteas	64	70	39	76	85	74	66
Productos Molinería	80	111	82	--	133	83	93
Pan, Pastelería, Pastas alimenticias	40	24	34	32	36	24	31
Azúcar, Chocolate y Confitería	73	24	110	41	59	32	57
Otros Productos Diversos	76	37	68	38	43	43	58
Productos Alimentación Animal	73	61	64	25	75	67	59
Vinos	68	40	65	59	65	42	64
Otras Bebidas Alcohólicas	79	129	136	116	--	126	141
Aguas y Bebidas Analcohólicas	105	124	47	37	103	63	94
<b>Industria Alimentaria</b>	<b>58</b>	<b>48</b>	<b>59</b>	<b>63</b>	<b>57</b>	<b>43</b>	<b>53</b>
<b>Total industria</b>	<b>62</b>	<b>53</b>	<b>65</b>	<b>60</b>	<b>49</b>	<b>59</b>	<b>60</b>

Fuente: Subdirección General de Fomento Industrial e Innovación, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

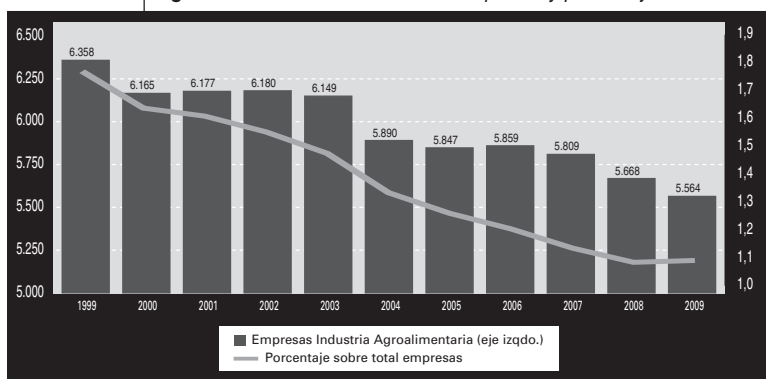
Por otra parte, y a tenor de los últimos datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) del INE, a 1 de enero de 2009, tras observarse un crecimiento medio anual superior al 3 por ciento en el tejido empresarial nacional en la última década, y del 4,3 por ciento en el caso de Andalucía, la crisis económica ha supuesto un notable debilitamiento del sector empresarial, y por primera vez desde el año 1999 (primer año disponible) se ha producido un descenso en el número de empresas, en torno al 2 por ciento en España y el 2,4 por

ciento en Andalucía. Este descenso es común a todo tipo de empresas, si bien en términos absolutos son las microempresas (menos de 10 asalariados) las que han sufrido un mayor retroceso, en tanto que en términos relativos el descenso es bastante más acusado en el caso de las grandes empresas (más de 200 asalariados).

El sector industrial no se ha mostrado ajeno a esta coyuntura, aunque su trayectoria ha resultado algo menos desfavorable que la observada para el conjunto de la economía. Así, según los últimos datos disponibles, el número de empresas en la industria española es inferior en un 0,8 por ciento al existente a 1 de enero de 2008 (algo menos de 245.000 empresas), siendo casi un punto superior la reducción media registrada en Andalucía, del 1,7 por ciento (unas 33.600). En este caso, el número de microempresas incluso se ha incrementado en ambos ámbitos territoriales, y han sido las pequeñas empresas (entre 10 y 49 asalariados) las que han experimentado una mayor reducción, contando la región andaluza con unas 600 pequeñas industrias menos que hace un año, lo que supone una quinta parte de la disminución de este tipo de empresas a nivel nacional.

GRÁFICO II.6

En los últimos años se ha reducido el número de empresas agroalimentarias en Andalucía. *Empresas y porcentajes*



Datos correspondientes a la CNAE 1993.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Directorio Central de Empresas, INE.

En cuanto a la actividad que nos ocupa, la Industria de productos alimenticios y bebidas contaba a 1 de enero de 2009 con 5.564 empresas y 6.633 locales en Andalucía (según datos correspondientes a la CNAE 1993), lo que supone alrededor del 18 por ciento de la Industria Alimentaria en España. A diferencia del tejido empresarial en conjunto, el número de empresas en esta rama ha

venido retrocediendo ligeramente en los últimos años, descendiendo entre 1999 y 2008 a un ritmo medio anual del 1,3 por ciento en Andalucía y del 0,9 por ciento en España, en tanto que los locales también han descendido en torno a un 1 por ciento. A esta reducción se une el descenso que reflejan los últimos datos publicados, que señalan una disminución cercana al 2 por ciento en el número de empresas dedicadas a productos alimenticios y bebidas en la región, algo menos intensa en este caso que el descenso medio registrado por el conjunto del tejido empresarial andaluz.

**CUADRO II.9 Evolución del número de empresas 1999-2009. <sup>(1)</sup>**

	Andalucía		España	
	Industria Agroalimentaria	Total DIRCE	Industria Agroalimentaria	Total DIRCE
1999	6.358	359.426	33.868	2.518.801
2000	6.165	376.646	33.105	2.595.392
2001	6.177	384.086	33.207	2.645.317
2002	6.180	398.302	33.747	2.710.400
2003	6.149	417.006	33.275	2.813.159
2004	5.890	441.623	32.586	2.942.583
2005	5.847	464.179	31.824	3.064.129
2006	5.859	486.674	31.847	3.174.393
2007	5.809	511.728	31.492	3.336.657
2008	5.668	522.815	31.106	3.422.239
2009	5.564	510.072	30.650	3.355.830
Variación media anual en porcentajes 2008/1999	-1,27	4,25	-0,94	3,46
Variación en porcentajes 2009/2008	-1,83	-2,44	-1,47	-1,94

(1) Atendiendo a la CNAE 1993, con objeto de que la serie resulte comparable. Los datos con CNAE 2009 sólo están disponibles para los dos últimos años.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Directorio Central de Empresas, INE.

Casi el 98 por ciento de las empresas agroalimentarias andaluzas son micro y pequeñas empresas, destacando el porcentaje superior al 80 por ciento que suponen las microempresas (4.625 a 1 de enero de 2009). Precisamente han sido estos dos tipos de empresas los que han mostrado un mayor retroceso en el último año, representando el 88 por ciento de la reducción total de empresas agroalimentarias (104 menos que a principios de 2008), aunque

en términos relativos destaca la reducción entre las grandes empresas, 7 menos que en el año anterior. Sin embargo, en los últimos años han sido precisamente éstas últimas, además de las pequeñas, las que han aumentado, contando la región andaluza a 1 de enero de 2008 con 29 grandes empresas dedicadas a los productos alimenticios y bebidas, 8 más que en 1999, mientras que tanto las microempresas como las medianas (de 50 a 200 asalariados) han descendido en esta década.

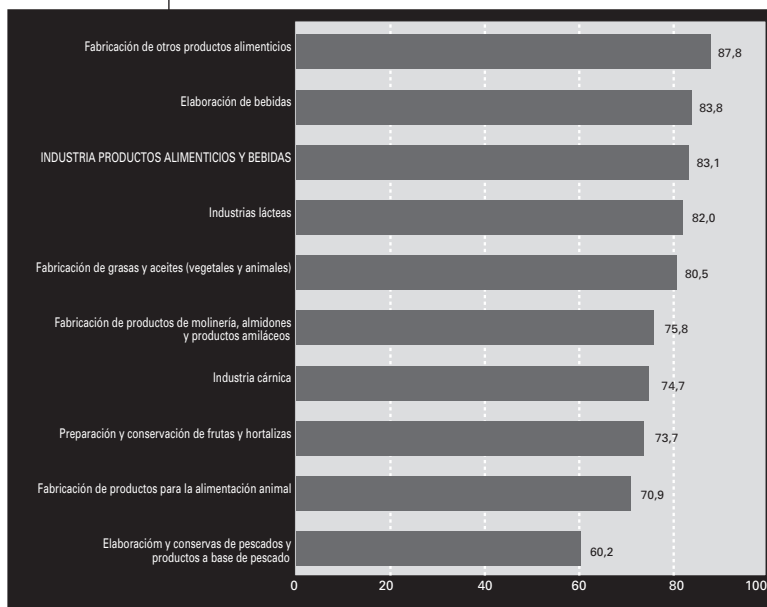
La Fabricación de otros productos alimenticios aglutina algo más de la mitad (54,2 por ciento) de las empresas agroalimentarias andaluzas, destacando además las dedicadas a la Fabricación de grasas y aceites (13,6 por ciento) y a la Industria cárnica (12,1 por ciento). Precisamente, ha sido la reducción de las empresas citadas en primer lugar (-1,7 por ciento anual entre 1999 y 2008) la que ha influido decisivamente en el retroceso de las empresas de alimentación y bebidas en Andalucía, ya que las dedicadas a Grasas y aceites se han mantenido prácticamente estables en estos últimos años y las de la Industria cárnica han crecido en un 1 por ciento. Por su parte, en el último año el número de empresas ha descendido en todas las ramas, exceptuando la de Elaboración y conservación de pescados, oscilando las reducciones entre el 0,7 por ciento de la Industria cárnica y el 6,1 por ciento de la Fabricación de productos de molinería, aunque por su importancia en el conjunto de la Agroindustria andaluza los descensos más relevantes serían los correspondientes a la Fabricación de otros productos alimenticios, Grasas y aceites, Industria cárnica y Elaboración de bebidas.

En general, las micro y pequeñas empresas representan más del 95 por ciento del tejido empresarial en las distintas ramas de la Industria Alimentaria andaluza, exceptuando la rama de Elaboración y conservación de pescados, donde suponen el 89 por ciento, debido al menor peso de las microempresas, que representan alrededor del 60 por ciento de las empresas de la rama, frente al 83 por ciento del conjunto de la Agroindustria. Esto se debe precisamente a la mayor presencia en esta rama de grandes empresas, que suponen alrededor del 4,5 por ciento del total, frente al 0,4 por ciento de la Industria Agroalimentaria en su conjunto. Junto a ésta, también en Preparación y conservación de frutas y hortalizas, Industrias lácteas, Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos y Elaboración de bebidas es algo mayor que en el resto de ramas la presencia de grandes empresas, aunque su número sigue siendo muy reducido. Quizás el hecho de que en los últimos años hayan sido precisamente las grandes empresas las que han crecido, fundamentalmente las dedicadas a la Elaboración y conservación de pescados y la Preparación y conservación de frutas y hortalizas, explique en cierta medida el descenso paulatino del

número de empresas en la Industria Alimentaria, donde ganar dimensión sigue siendo uno de los principales retos, aunque el aumento en términos absolutos sea bastante discreto.

**GRÁFICO II.7**

**Las microempresas<sup>(1)</sup> representan más del 80 por ciento de las empresas alimentarias en Andalucía. Porcentajes de microempresas sobre total empresas**



(1) Microempresas: empresas con menos de 10 empleados.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Directorio Central de Empresas, INE.

Si atendemos a las distintas provincias, Sevilla es la que aglutina un mayor número de locales destinados a la Industria de productos alimenticios y bebidas, casi una quinta parte del total regional, seguida de Córdoba, Granada, Jaén y Málaga, con porcentajes entre el 14,6 por ciento de la primera y el 13,6 por ciento de la última. El descenso en este número de locales viene siendo una constante en los últimos años en todas las provincias, exceptuando Córdoba, observándose una disminución media anual entre 1999 y 2008 que oscila entre el 0,4 por ciento de Cádiz y el 1,7 por ciento de Jaén. Esta tendencia se ha mantenido también en el último año, a excepción en este caso de Almería y Huelva, reduciéndose el número de locales de la Industria Agroalimentaria con mayor intensidad en Córdoba, Granada y Sevilla.

CUADRO II.10

## Empresas por ramas de actividad y estratos de asalariados en Andalucía.

<b>Variación media anual en porcentajes 2008/1999</b>	<b>Total empresas</b>	<b>Microempresas*</b>	<b>Pequeñas*</b>	<b>Medianas*</b>	<b>Grandes*</b>
Industria cárnica	1,02	0,57	2,40	3,25	0,00
Elaboración y conservación de pescados y productos a base de pescado	2,73	2,83	4,04	-6,32	16,65
Preparación y conservación de frutas y hortalizas	-0,65	-1,36	2,69	-6,32	24,14
Fabricación de grasas y aceites (vegetales y animales)	-0,01	0,54	-1,94	-2,94	-7,41
Industrias lácteas	-0,18	-0,29	1,37	-7,41	0,00
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	-5,98	-6,39	-3,39	-14,28	--
Fabricación de productos para la alimentación animal	1,82	1,76	0,52	--	--
Fabricación de otros productos alimenticios	-1,70	-2,09	1,65	0,81	-2,45
Elaboración de bebidas	-0,75	-0,14	-3,24	-3,34	0,00
<b>Industria de productos alimenticios y bebidas</b>	<b>-1,27</b>	<b>-1,61</b>	<b>0,77</b>	<b>-1,67</b>	<b>3,65</b>
<b>Variación en porcentajes 2009/2008</b>					
Industria cárnica	-0,74	0,20	-3,97	0,00	0,00
Elaboración y conservación de pescados y productos a base de pescado	0,00	3,70	-10,00	20,00	0,00
Preparación y conservación de frutas y hortalizas	-5,49	-1,23	-15,00	0,00	-57,14
Fabricación de grasas y aceites (vegetales y animales)	-3,58	-4,11	-4,44	30,77	0,00
Industrias lácteas	-3,91	-5,37	3,85	0,00	0,00
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	-6,06	-11,32	18,18	0,00	0,00
Fabricación de productos para la alimentación animal	-1,25	1,82	-9,09	0,00	--
Fabricación de otros productos alimenticios	-0,98	-0,26	-4,08	-16,28	-50,00
Elaboración de bebidas	-2,51	0,31	-10,91	-28,57	-20,00
<b>Industria de productos alimenticios y bebidas</b>	<b>-1,83</b>	<b>-0,96</b>	<b>-5,39</b>	<b>-5,17</b>	<b>-24,14</b>

\* Microempresas: menos de 10 empleados; Pequeñas: entre 10 y 49; Medianas: entre 50 y 200; y Grandes: más de 200 empleados.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Directorio Central de Empresas, INE.

**CUADRO II.11**

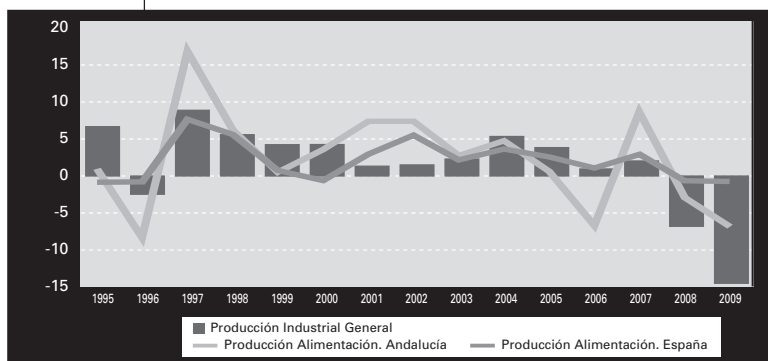
**Locales de la Industria Alimentaria y Bebidas.**

	Locales en 2009	Variación media anual en porcentajes 2008/1999	Variación en porcentajes 2009/2008
Almería	432	-1,42	0,70
Cádiz	752	-0,36	-1,05
Córdoba	968	1,16	-3,87
Granada	963	-1,03	-2,13
Huelva	465	-1,28	0,22
Jaén	912	-1,72	-1,41
Málaga	899	-1,23	-0,44
Sevilla	1.242	-1,51	-1,66
<b>Andalucía</b>	<b>6.633</b>	<b>-0,92</b>	<b>-1,51</b>
España	35.439	-0,93	-0,97

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Directorio Central de Empresas, INE.

**GRÁFICO II.8**

**La producción alimentaria desciende por segundo año consecutivo, aunque a menor ritmo que el conjunto de la producción industrial.**  
*Tasas de variación interanual en porcentajes*



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía*, IEA e INE.

Por último, habría que hacer una breve mención a la trayectoria reciente de los índices de producción industrial. En este sentido, cabe señalar que por segundo año consecutivo la producción industrial en Andalucía ha descendido de forma muy acusada en 2009, disminuyendo un 14,5 por ciento en relación al año anterior, siendo éste uno de los sectores que

están viéndose más afectados por la recesión económica. Por su parte, la Industria Alimentaria ha experimentado una evolución similar, aunque la caída registrada ha sido algo menos intensa, del 7,3 por ciento, si bien la industria andaluza parece haber sufrido con mayor intensidad los efectos de la crisis, ya que a nivel nacional la producción industrial de la rama alimentaria ha descendido menos de un 1 por ciento. Por su parte, la rama de fabricación de bebidas, tras el fuerte avance mostrado por la producción en 2008, ha experimentado un descenso del 3,2 por ciento, en este caso algo más moderado que a nivel nacional.

En este contexto de ligero retroceso de la actividad en la Industria Agroalimentaria andaluza, en general, y a tenor de la importancia de ésta en la estructura productiva regional, se insertaría el Plan Estratégico para la Agroindustria andaluza Horizonte 2013, que pretende abordar todos los objetivos reseñados ya en el Plan para el Fomento de la Agroindustria. La pretensión de la Consejería de Agricultura y Pesca con este Plan es “integrar las diferentes iniciativas de apoyo al sector y aportar nuevas orientaciones para mejorar sus capacidades y competir con éxito en el nuevo escenario económico mundial”. Ya en el Pacto para el Fomento de la Agroindustria y el nuevo marco financiero, suscrito en 2006 por la Consejería de Agricultura y Pesca y los agentes económicos y sociales firmantes del Acuerdo de Concertación Social (CCOO Andalucía, UGT Andalucía y la Confederación de Empresarios de Andalucía), se fijaba como objetivo principal que la región andaluza alcance el liderazgo del sector agroindustrial nacional, sobre la base de un desarrollo sostenible.

Además, el Pacto persigue entre otros la implicación del sector en la cohesión económica y social del territorio andaluz, el mantenimiento y la creación de empleo, el fomento de la calidad de los productos, el incremento del valor añadido o las alianzas entre empresas para abordar tareas de I+D+i, promoción en nuevos mercados o creación de grandes grupos empresariales andaluces, dado que ganar dimensión es una necesidad para la industria agroalimentaria no sólo andaluza, sino española en general. En este sentido, la concentración de la oferta cuenta con diversas líneas de apoyo por parte de la Administración. En concreto, en la convocatoria para este año 2010 de la Consejería de Agricultura y Pesca, se unifican las tres líneas de apoyo para respaldar el asociacionismo agrario (fusión, cooperación e integración), que cuentan con una partida de 5 millones de euros. Estas ayudas tienen como objetivo apoyar el aumento de la dimensión y tamaño de las empresas y cooperativas del sector agroindustrial, fomentando la cooperación empresarial, las fusiones, integración y alianzas estratégicas, impulsando la constitución de entidades asociativas de segundo y ulterior grado.

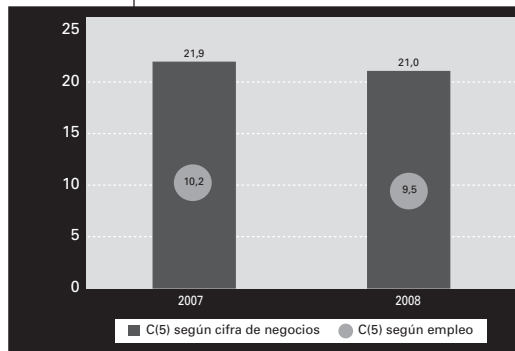
## II.2 | La Gran Industria Agroalimentaria en Andalucía

Las cada vez mayores exigencias tecnológicas, sanitarias y sociales a las que se ven sometidos los productos agroalimentarios están propiciado y, a la vez, forzando un progresivo proceso de concentración de la industria tanto en el ámbito nacional como internacional y, en múltiples ocasiones, con vínculos o alianzas entre empresas de nacionalidades diferentes.

Centrándonos en el caso andaluz, el grado de concentración de la Industria Agroalimentaria es muy relevante, como se desprende de la información disponible de la Central de Balances de Andalucía (CBA), ya que las ventas (cifra de negocios) de las cinco mayores empresas del sector en 2008 ascendieron a 3.025 millones de euros, el 21 por ciento de la cifra de negocios total del sector en ese periodo (21,9 por ciento en 2007). Para el conjunto de la Gran Industria Agroalimentaria (GIA), aquellas cuya cifra de negocios supera los 40 millones de euros, el grado de concentración es muy alto, tanto en términos de facturación como de empleo.

GRÁFICO II.9

**La Industria Agroalimentaria tiene un nivel de concentración muy elevado.**  
*Cuota de las 5 mayores empresas sobre el total del sector en porcentajes.*



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Central de Balances de Andalucía y del IEA.

En concreto, las 24 empresas que alcanzaron este volumen de ventas en 2008 obtuvieron una facturación conjunta de 5.064,77 millones de euros y dieron empleo a 8.907 personas, es decir, representan en torno al 35 por ciento de las ventas y el 17 por ciento del empleo del sector agroalimentario. Las actividades que conforman el grupo de la Gran Industria Agroalimentaria andaluza son muy diversas, caso de aceiteras (37,5 por ciento del total), elaboración de bebidas (16,7 por ciento), procesado de frutas y hortalizas (12,5 por ciento), y otras, como molinería, lácteos, etc.

## CUADRO II.12

**Importancia de la Gran Industria Agroalimentaria en Andalucía.***Variables económicas en miles de euros*

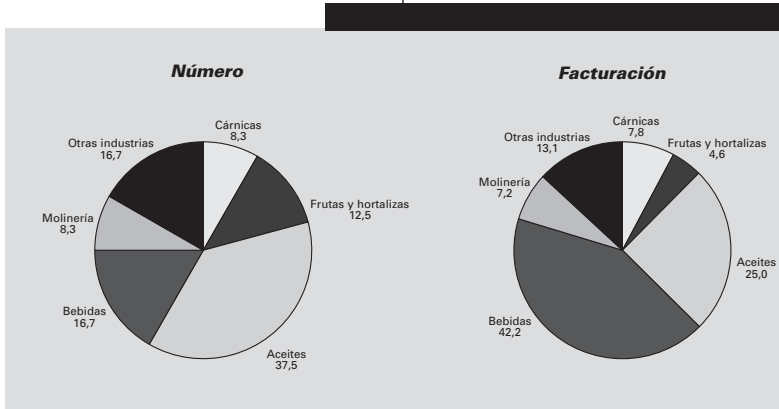
	2007	2008	Variación 2008/2007 en porcentajes
<b>Total Industria Agroalimentaria</b>			
Personal ocupado (número)	52.501	52.505	0,01
Importe neto de la cifra de negocios	14.034.774	14.435.509	2,86
VAB a coste de los factores	2.596.767	2.595.499	-0,05
Gastos de personal	1.321.568	1.392.677	5,38
Resultado del ejercicio	462.765	173.734	-62,46
<b>Gran Industria Agroalimentaria (GIA)</b>			
Nº empresas (número)	24	24	0,00
Personal ocupado (número)	8.186	8.907	8,81
Importe neto de la cifra de negocios	4.989.521	5.064.770	1,51
VAB a coste de los factores	933.438	945.855	1,33
Gastos de personal	420.302	459.518	9,33
Resultado del ejercicio	103.605	710.154	585,44
<b>Participación GIA s/total (porcentajes y puntos porcentuales)</b>			
Personal ocupado	15,59	16,96	1,37
Importe neto de la cifra de negocios	35,55	35,09	-0,47
VAB a coste de los factores	35,95	36,44	0,50
Gastos de personal	31,80	33,00	1,19

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía*, Central de Balances de Andalucía y Encuesta Industrial Anual de Empresas, IEA.

La dinámica observada en la Gran Industria Agroalimentaria andaluza refleja que, aunque la crisis económica les ha afectado, la fortaleza de estas empresas ha sido muy alta en comparación al conjunto de la empresa regional y similar al conjunto de la Industria Agroalimentaria. Por lo que se refiere a la cifra de negocios, ésta registró un moderado crecimiento del 1,5 por ciento en 2008, en torno a 1 punto por debajo del conjunto de la Agroindustria. Respecto al empleo, el comportamiento de la Gran Industria puede considerarse de excepcional, ya que los gastos de personal crecieron un 9,3 por ciento (unos 4 puntos por encima del total) y, al mismo tiempo, el empleo en estas grandes empresas se incrementó un 8,8 por ciento, muy por encima del agregado del sector agroalimentario (0,01 por ciento) y del regional, en el que se registró un descenso en torno al 2 por ciento.

GRÁFICO II.10

Distribución de la muestra de grandes empresas. Porcentajes

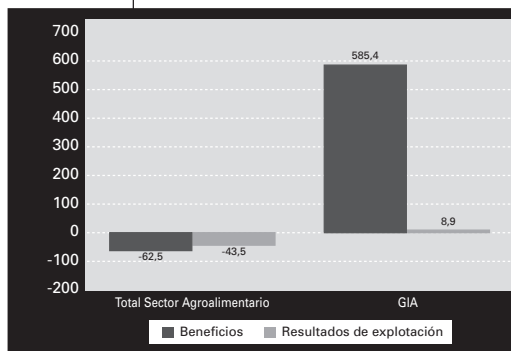


Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Central de Balances de Andalucía.

Desde la óptica del resultado el comportamiento ha sido muy positivo en la Gran Industria, aunque conviene realizar algunas precisiones. En concreto, el resultado del ejercicio experimentó un aumento excepcional multiplicándose casi por siete, si bien una parte importante (casi dos tercios del total) se ha debido a la aportación del resultado financiero. Es por ello que una revisión del resultado de explotación nos ofrece una visión más correcta del comportamiento de la actividad productiva de estas empresas. Así pues, la Gran Industria registró en 2008 un aumento del resultado de explotación del 8,9 por ciento, frente al descenso del 43,5 por ciento del conjunto del sector, reforzando la percepción de la importancia de las economías de escala en este tipo de actividades.

GRÁFICO II.11

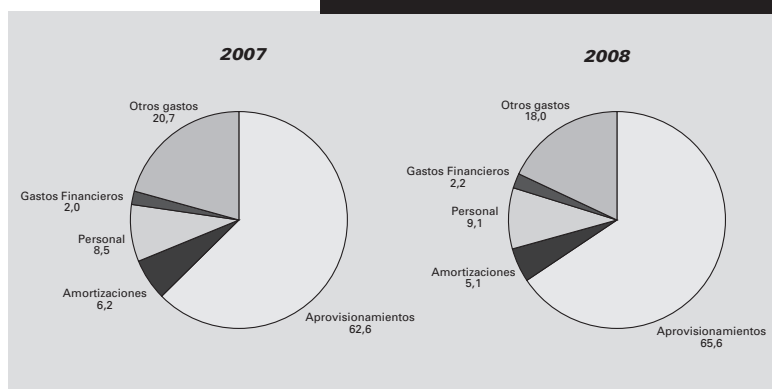
Evolución de los resultados. Tasas de variación interanual en porcentajes



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Central de Balances de Andalucía y del IEA.

Esta consideración de los aspectos positivos que la producción a mayor escala tiene en la Industria Agroalimentaria se constata, igualmente, al analizar las estructuras de explotación, financiera y económica de la GIA. En cuanto a la primera, el peso de los aprovisionamientos es del 65,6 por ciento en la GIA, unos 6 puntos inferior al conjunto de la industria, es decir, la capacidad para generar VAB es superior en las grandes empresas. De igual forma, los gastos de personal representan una menor fracción de los ingresos, el 9,1 por ciento en la GIA frente al 9,6 del sector.

GRÁFICO II.12

**Distribución de los gastos de la Gran Industria Agroalimentaria. Porcentajes**


Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Central de Balances de Andalucía.

Por lo que se refiere a la estructura económica, dos tercios del activo está formado por inversiones a largo plazo, con un peso muy relevante del inmovilizado material (27 por ciento del activo total). En el caso del activo corriente, los deudores (16,4 por ciento) y las existencias (12,3 por ciento) son las partidas que mayor contribución realizan al activo.

En lo que concierne a la estructura financiera, de gran trascendencia para la viabilidad no sólo de las empresas individualmente sino incluso de algunas actividades, destaca el fuerte peso de la autofinanciación en la GIA. En concreto, los recursos propios aportan el 38,4 por ciento de las necesidades financieras de estas empresas, aunque han perdido respecto a 2007 unos 4 puntos porcentuales, fundamentalmente por el crecimiento del pasivo ajeno no corriente (deudas a largo). En este aspecto destaca que en torno al 24 por

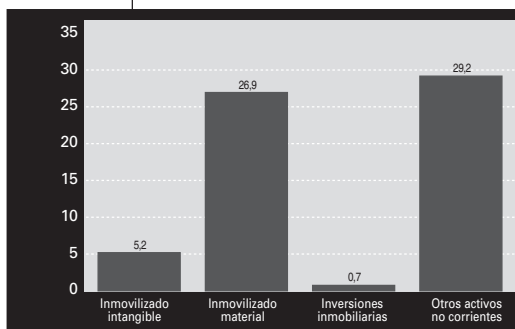
ciento de los recursos de la GIA son ajenos y de exigibilidad a largo plazo, y el 37,6 por ciento restante conforman el pasivo corriente.

Por último, una visión de conjunto de la actividad de la GIA en 2008 se puede obtener examinando los principales ratios de rentabilidad y productividad. En

el caso de los primeros, la rentabilidad económica se cifra en un 4,9 por ciento, casi 3 décimas por encima de la de 2007, mientras que la financiera se dispara hasta el 37,5 por ciento (5,3 por ciento en 2007), aunque ya habíamos señalado la fuerte aportación que los ingresos financieros han tenido en este ejercicio en las grandes empresas del sector.

**GRÁFICO II.13**

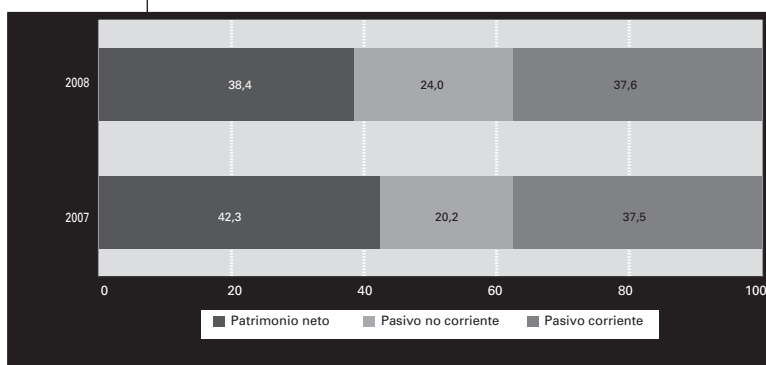
**Peso del inmovilizado en el activo en 2008.**  
*Porcentajes sobre el total activo*



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Central de Balances de Andalucía.

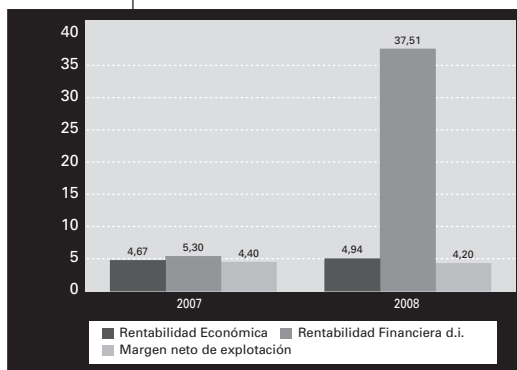
**GRÁFICO II.14**

**Estructura financiera de la Gran Industria Agroalimentaria.**  
*Porcentajes sobre recursos totales*



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Central de Balances de Andalucía.

GRÁFICO II.15

**Rentabilidad de la Gran Industria Agroalimentaria. Porcentajes**

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* a partir de la información de la Central de Balances de Andalucía.

Centrándonos en los indicadores de productividad y eficiencia puede concluirse que el comportamiento observado en 2008 no ha sido positivo en la GIA, aunque los niveles de productividad que alcanza son muy superiores a los registrados por el conjunto de este subsector industrial. Las ventas por empleado alcanzaron

un valor medio en la Gran Industria de 568.630 euros, más del doble del obtenido por el conjunto de la Industria Agroalimentaria, si bien cayeron en torno a 41.000 euros respecto de 2007.

CUADRO II.13

**Productividad y eficiencia.**

*Miles de euros/empleado, salvo indicación en contrario*

	2007	2008	Diferencias absolutas
<b>Total Industria Agroalimentaria</b>			
Ventas/Gastos personal (tanto por uno)	10,62	10,37	-0,25
Ventas/Empleado	267,32	274,94	7,61
VAB/Empleado	49,46	49,43	-0,03
Beneficios/Empleado	8,81	3,31	-5,51
<b>Gran Industria Agroalimentaria</b>			
Ventas/Gastos personal (tanto por uno)	11,87	11,02	-0,85
Ventas/Empleado	609,52	568,63	-40,89
VAB/Empleado	114,03	106,19	-7,84
Beneficios/Empleado	12,66	79,73	67,07

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía*, Central de Balances de Andalucía y Encuesta Industrial Anual de Empresas, IEA.

Otros indicadores como el VAB por empleado o las ventas respecto de los gastos de personal se han comportado en términos similares, aunque este último es más un indicador de eficiencia. Por último, en el caso de los beneficios por empleado es el único indicador que en la GIA registra un aumento respecto de 2007, aunque debemos remitirnos a la excepcionalidad del resultado financiero en este ejercicio que condiciona los niveles alcanzados por este parámetro.

---

### 11.3 | Consumo alimentario y comercialización

Este apartado pretende resumir los aspectos más destacados acaecidos en las últimas campañas en el ámbito de la distribución, consumo y precios de alimentación en Andalucía y, en general, en el contexto nacional. Sin duda, la volátil trayectoria de los precios desde la fuerte subida en 2007 y los descensos observados en 2008 y 2009 han acrecentado el debate sobre las anomalías en el funcionamiento de los mercados agrarios. En general, esta situación ha afectado al conjunto de la UE, aunque apreciándose diferencias entre países y regiones, lo que evidencia la fragmentación o inexistencia de mercado único, y es motivo de preocupación para los responsables gubernamentales y los órganos de defensa de la competencia, dada la repercusión del gasto en alimentación dentro de la cesta de consumo.

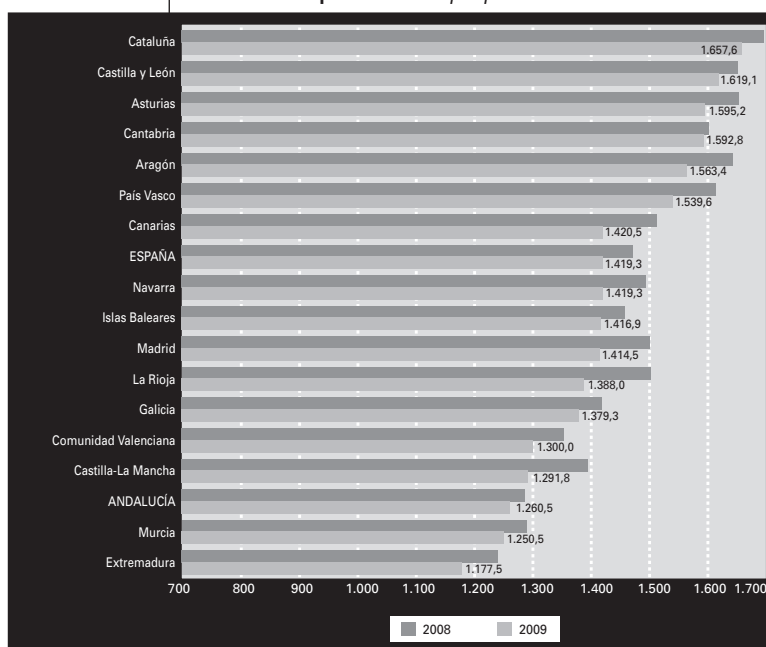
En este sentido, la Comisión Europea ha emitido distintos informes, dictámenes y comunicaciones sobre el sector, que está siendo objeto de seguimiento a través del Grupo de Alto Nivel sobre Competitividad de la Industria Agroalimentaria. Este análisis ha identificado diversos problemas, tales como asimetrías en el poder de negociación entre los productores agrícolas y el resto de la cadena alimentaria (industria/distribución), con peculiaridades de muchos productos agroalimentarios, que generan falta de transparencia en la formación de precios, descontractualización de las relaciones comerciales, traslado abusivo de los riesgos, remuneraciones inferiores a costes, plazos de pago abusivos, sin descartar las prácticas colusorias (acuerdos de producción y venta conjunta) y el mantenimiento de precios de reventa, entre otros. En el caso de Andalucía, también se está llevando a cabo una investigación rigurosa, dada la significación que el conjunto del sector tiene para la economía regional, que trata de dilucidar si existen algunas de estas prácticas contrarias al libre mercado, que perjudican a los consumidores y/o a las rentas de los agricultores.

De la importancia del gasto en consumo alimentario ofrece una muestra la Encuesta de Presupuestos Familiares, cuyos resultados señalan que en torno

al 16-17 por ciento del gasto familiar tiene como destino la alimentación y las bebidas no alcohólicas. Los promedios obtenidos a través de esta fuente de información se asemejan bastante a los obtenidos del Panel de Consumo Alimentario, elaborado por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, que para 2009 aproxima el gasto alimentario en 1.260,53 euros/persona, una cifra algo inferior a la media nacional (1.419,31 euros/persona).

GRÁFICO II.16

**El gasto per cápita en alimentación en Andalucía sigue por debajo de la media española. Euros por persona**

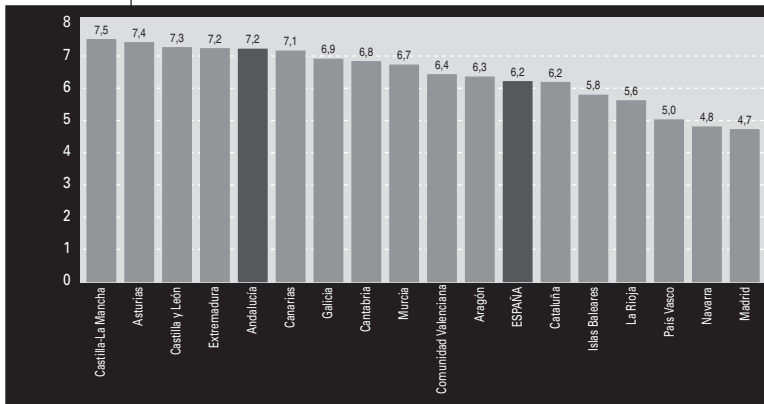


Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Panel de Consumo Alimentario, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

Esto no significa que la proporción del gasto alimentario sea más reducida en nuestra Comunidad Autónoma, por el contrario, es un punto porcentual superior a la media española, ya que también los ingresos medios son más bajos en el espacio regional. Precisamente, no parece casual que las Comunidades Autónomas españolas con un menor gasto alimentario per cápita tengan una presencia agrícola destacada –lo que puede incidir en el autoconsumo–, caso de Extremadura, Murcia y Andalucía, junto con Castilla-La Mancha y Comunidad Valenciana. Si bien es cierto que también son regiones con menor renta per cápita.

GRÁFICO II.17

La proporción del gasto en alimentación sobre el PIB per cápita es mayor en Andalucía que en España. *Porcentajes*



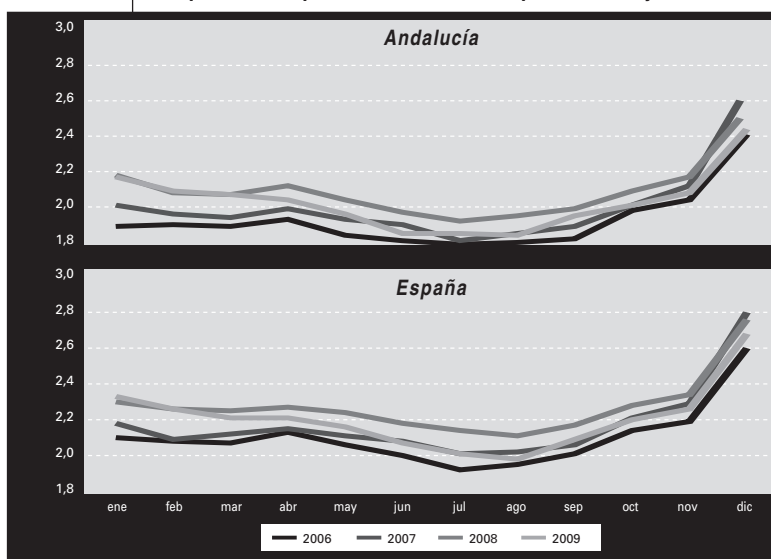
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía*, INE y Panel de Consumo Alimentario, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

En cualquier caso, cabe destacar que el gasto alimentario ha experimentado en 2009 un descenso, debido al comportamiento a la baja de los precios, ya que el consumo en alimentación propiamente dicho ha aumentado algo más del 1 por ciento. En concreto, la caída de los precios (-3,3 por ciento en Andalucía y -3,1 por ciento en España) ha propiciado que el gasto en consumo alimentario haya disminuido en torno al 2 por ciento tanto en el espacio regional como en el conjunto nacional. En términos per cápita, el gasto alimentario ha descendido en una cuantía similar en Andalucía, mientras que en España la disminución resulta algo más intensa, en torno al 3,5 por ciento. Este comportamiento ha sido generalizado en todas las Comunidades Autónomas españolas, observándose los mayores descensos, en términos relativos, en La Rioja y Castilla-La Mancha (en ambos casos superiores al -7 por ciento), debido a que es precisamente en estas CC.AA. donde se ha registrado una reducción más notable en los precios (superior al -5 por ciento). De este modo, resulta evidente la trascendencia de los precios en la determinación del gasto alimentario, ya que la rigidez de los hábitos de consumo hace que éstos no sean fácilmente modificables en términos de cantidad.

El análisis de los precios de la alimentación en su trayectoria temporal presenta un perfil muy regular todos los años y en todos los espacios geográficos. En este sentido, los precios registran una moderación en los meses centrales del año (a partir de mayo y hasta agosto), para volver a subir en el último tramo del año, con especial significación en el mes de diciembre, coincidiendo

con el periodo navideño. Estas pautas se han mantenido, a grandes rasgos, en el año 2009, según se desprende de los datos del Panel de Consumo Alimentario del Ministerio, si bien con una tendencia a la contención más acusada en el periodo primavera-verano y un ascenso, menos intenso que en otros años, en el mes de diciembre.

**GRÁFICO II.18** Comportamiento mensual de los precios en alimentación: en diciembre siempre suben, pero en 2009 menos que en 2008 y 2007. Euros

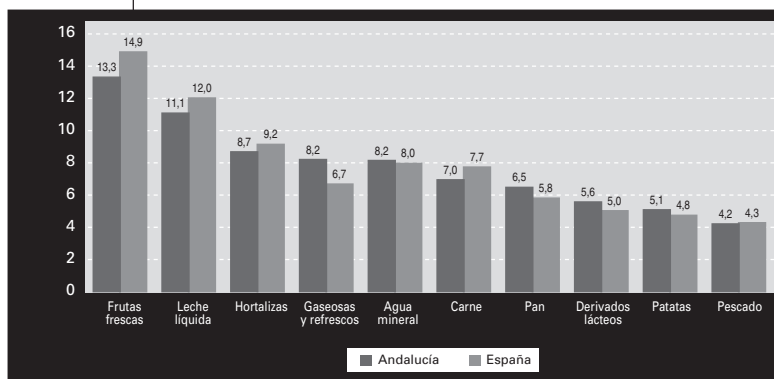


Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Panel de Consumo Alimentario, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

Antes de estudiar cuál ha sido la repercusión de los precios de los distintos grupos de alimentos, conviene hacer un análisis del peso de cada uno de estos alimentos en el consumo y el gasto per cápita alimentario en Andalucía. De este modo, en términos de cantidad consumida, los principales productos que componen la cesta alimentaria son las frutas frescas, la leche, hortalizas, gaseosas y refrescos, agua, así como la carne, el pan, los derivados lácteos, las patatas y el pescado. Atendiendo a la proporción del gasto que representan, este orden cambiaría, situándose la carne a la cabeza del presupuesto en alimentación per cápita, seguido del pescado, los derivados lácteos, las frutas frescas, el pan y las hortalizas. Esta significación resulta bastante coincidente con los hábitos de consumo y gasto en el promedio nacional, si bien se aprecia una composición algo más "sana" en la cesta de consumo nacional,

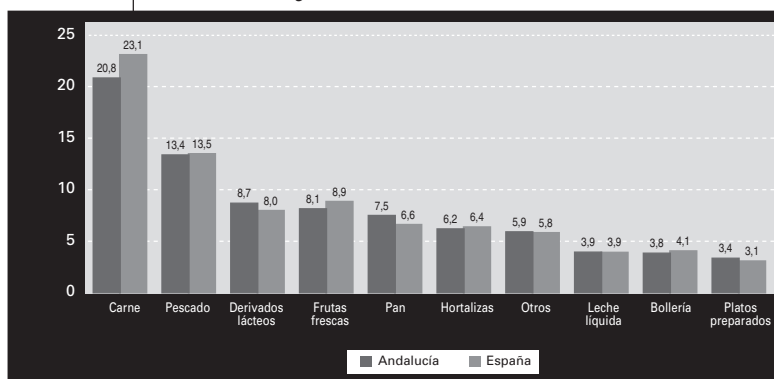
ya que las diferencias más relevantes se refieren a la mayor proporción del consumo de frutas frescas, hortalizas y carne en el conjunto nacional, frente al menor consumo de gaseosas-refrescos y derivados lácteos en comparación con la media regional.

**GRÁFICO II.19** Alimentos con mayor proporción en el consumo por persona. Porcentajes sobre el total del consumo alimentario



Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Panel de Consumo Alimentario, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

**GRÁFICO II.20** Alimentos con mayor proporción en el gasto por persona. Porcentajes sobre el total del gasto alimentario

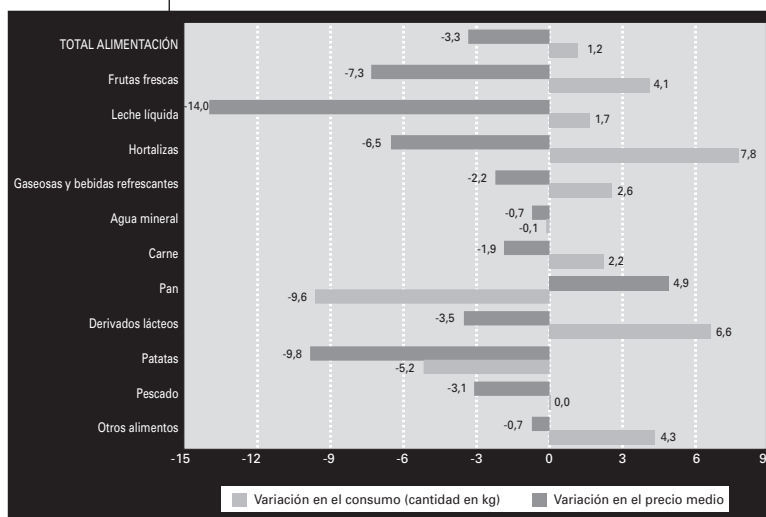


Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Panel de Consumo Alimentario, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

Teniendo en cuenta la distinta significación en la cesta de consumo, los alimentos que han sufrido en 2009 una reducción del gasto más destacada (en comparación con 2008) han sido las patatas, la leche líquida, las frutas frescas, el pan y el pescado, estando explicado este descenso principalmente por la variación descendente de los precios, ya que sólo en el caso de las patatas y el pan se ha observado una disminución en términos de cantidad consumida. Por el contrario, durante 2009 el gasto experimentó un crecimiento moderado en los derivados lácteos y en otros alimentos menos relevantes. Por su parte, atendiendo a la variación en los precios, los mayores descensos correspondieron, en términos relativos, a la leche líquida (-14 por ciento en comparación con 2008), las patatas (-9,8 por ciento en Andalucía y -11,1 por ciento en España), las frutas frescas (-7,3 por ciento), las hortalizas (-6,5 por ciento) y, aunque en menor medida, también al pescado (-3,1 por ciento).

Curiosamente, sólo el pan, junto con el chocolate, el arroz, el vino, la cerveza y los platos preparados registran un aumento de precios durante 2009, si bien por su relevancia en la cesta de consumo destaca la subida del pan (un 4,9 por ciento en Andalucía, frente al 1,6 por ciento del conjunto nacional). En cualquier caso, resulta claramente observable la relación inversa entre precio

**GRÁFICO II.21** Relación inversa entre precio y consumo (cantidad) en los principales grupos de alimentos. *Tasas de variación en porcentajes 2009/2008*



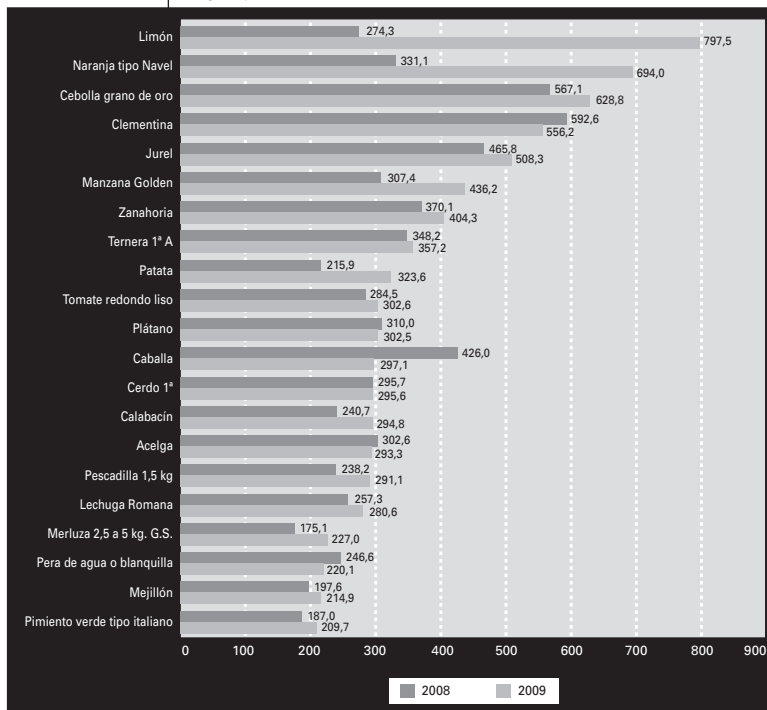
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Panel de Consumo Alimentario, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

y cantidad en los productos alimenticios más representativos en Andalucía, salvo en el caso de la patata (se ha producido un descenso en el precio y al mismo tiempo una reducción en la cantidad consumida). Mientras, en los casos del agua mineral y el pescado el descenso en los precios se ha traducido en un práctico mantenimiento del mismo nivel de consumo.

Sin duda, uno de los aspectos más polémicos acerca de los precios de la alimentación recae sobre la amplitud de las divergencias entre los precios en origen y destino. En este sentido, la información recopilada por el Observatorio de Precios de Alimentos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino permite comprobar el significativo diferencial entre los precios en origen y destino en la mayoría de los alimentos frescos. Además, en 2009 se acrecentó de forma generalizada esta distancia entre la cotización en origen y destino, sin que sea posible discernir hasta qué punto

**GRÁFICO II.22**

**Alimentos con mayores diferencias entre precios en origen y destino. Variación en porcentajes entre el precio medio anual en origen y en destino**

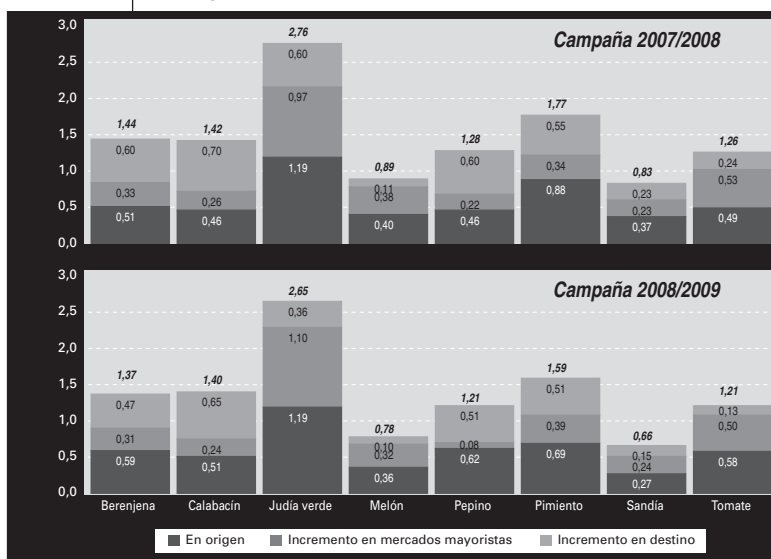


Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Observatorio de Precios de Alimentos, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino.

este incremento está justificado por la incorporación de valor añadido a lo largo de la cadena de producción y en los distintos mercados e intermediarios hasta llegar al consumidor final (o por otras incidencias).

Utilizando los precios del citado Observatorio, en las 53 semanas de referencia de 2009, se observa que los precios alimentarios, en general, han registrado descensos notables, en algunos casos, y moderados ascensos, en otros. Así, en destino, los mayores descensos se observaron en algunos cítricos, el pimiento, el calabacín, la manzana Golden y entre los pescados (gallos, merluza, anchoa-boquerón, pescadilla o dorada), mientras que los aumentos más notables correspondieron a la clementina (6,8 por ciento) y la carne de ternera (2,1 por ciento). Estas variaciones, tanto de un signo como de otro, guardan un cierto paralelismo con la evolución de los precios en origen respecto a la campaña precedente, pero la magnitud de la variación no es, en la mayoría de los casos, proporcional, lo cual es indicativo de otros factores –en los procesos intermedios– que repercuten en la formación del precio final. De este modo, resulta muy llamativo que la diferencia entre los precios en destino y origen del limón se situara en el promedio del pasado año en casi un 800 por ciento y de la naranja (tipo Navel) en casi un 700 por ciento, situándose en los principales alimentos frescos entre el 200 y el 500 por ciento.

**GRÁFICO II.23** Formación de precios de los hortícolas protegidos en Andalucía. Euros/kg



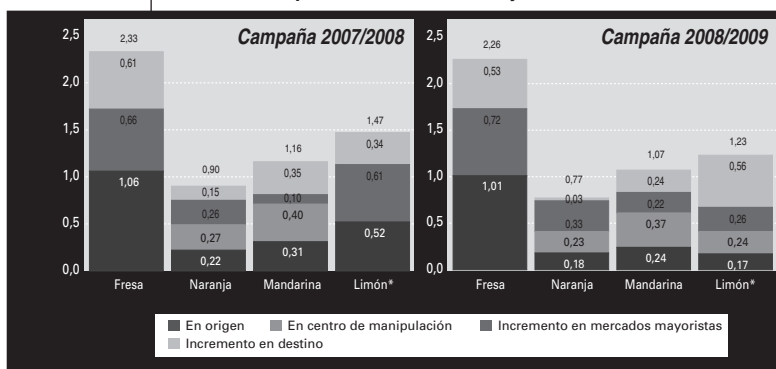
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Observatorio de Precios de la Consejería de Agricultura y Pesca.

Por último, atendiendo al seguimiento de los precios de los más importantes productos agrícolas andaluces (hortícolas protegidos, cítricos y fresa de Huelva) por parte de la Consejería de Agricultura y Pesca, puede apreciarse el diferencial existente entre el precio de mercado final al que el consumidor adquirió dichos productos y la cotización que tenían en origen, es decir, en la alhóndiga, mercado mayorista o centro de manipulación. No obstante, el proceso de formación del valor y el precio en la cadena de producción no presenta diferencias sustanciales en el último año.

Así, en el caso de los hortícolas protegidos, los precios en destino de todos los productos (berenjena, calabacín, judía verde, melón, pepino, pimiento, sandía y tomate) han experimentado un descenso en la campaña 2008/2009, siendo más destacables las reducciones en la sandía, pimiento y melón. Sin embargo, los precios en origen sufrieron variaciones de distinto signo. En el caso de la berenjena, calabacín, pepino y tomate se apreciaron subidas de precios (más evidentes en estos dos últimos), mientras que en los casos del pimiento, sandía y melón se observaron descensos de los precios en origen. Por su parte, los mercados mayoristas contribuyeron en distinta proporción al comportamiento de los precios. En los casos del pepino y melón con descensos, mientras en la judía verde se registró un incremento respecto a la campaña anterior, aumentando el precio en esta fase intermedia entre el productor y el consumidor en 1,1 euros en la campaña 2008/2009.

De forma similar, en el análisis de los precios en las últimas dos campañas de los cítricos y la fresa (Denominación de Origen Huelva) puede observarse

**GRÁFICO II.24** Formación de precios de los cítricos y fresa en Andalucía. Euros/kg.



\* No existen datos para este periodo en centro de manipulación.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Observatorio de Precios de la Consejería de Agricultura y Pesca.

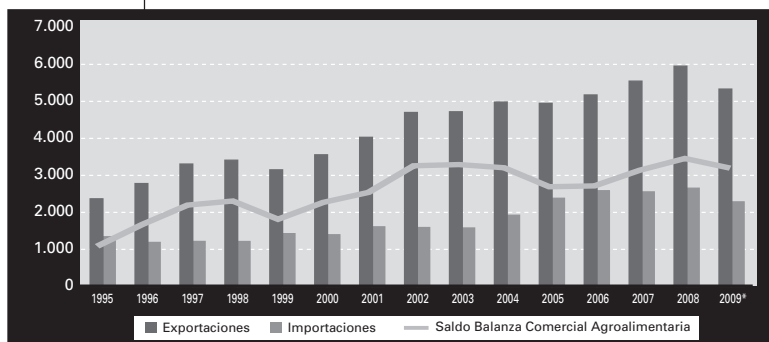
un diferencial importante entre los precios en origen y destino final, desempeñando un papel más destacado en estos productos los mercados mayoristas y centros de manipulación. A grandes rasgos se comprueba, en general, un descenso de los precios en destino y origen de los cuatro productos objeto de seguimiento (fresa, naranja, mandarina y limón), destacando la caída del precio en origen de este último (-67,3 por ciento), que en términos absolutos supuso un descenso de 35 céntimos/kg. Esta reducción se mantuvo en el mercado mayorista, pero curiosamente en destino aumentó en 22 céntimos de euro, aunque el precio final también descendió. La caída en los precios en origen en los otros cítricos y la fresa se percibió también en destino (unos diez céntimos menos que en la campaña anterior), si bien en los mercados mayoristas se registraron subidas en la última campaña.

## II.4 Balanza Comercial Agroalimentaria

Durante 2009, y como consecuencia de la contracción económica, la balanza comercial andaluza ha mostrado un comportamiento menos dinámico que en el año anterior, reduciéndose acusadamente tanto las exportaciones como las importaciones, aunque la mayor caída en el valor de las compras, a consecuencia de la debilidad de la demanda interna, ha contribuido a reducir sustancialmente el déficit comercial. Este mismo comportamiento se ha observado en el conjunto nacional, si bien se ha registrado una caída algo menos intensa de las importaciones, que ha provocado una reducción del

GRÁFICO II.25

La balanza agroalimentaria andaluza acusa de manera menos intensa la contracción de la demanda. Millones de euros



\* Datos provisionales.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (DataComex).

saldo deficitario no tan acusada como en la región andaluza. De este modo, la tasa de cobertura andaluza (cercana al 80 por ciento) se ha situado de nuevo por encima de la española (76 por ciento), al contrario que en 2008.

**CUADRO II.14** Balanza Comercial en Andalucía y España. Millones de euros y porcentajes

	Andalucía				España		
	2009 <sup>(1)</sup>	Porcentajes Andalucía/España	Tasas de variación en porcentajes		2009 <sup>(1)</sup>	Tasas de variación en porcentajes	
			Media anual 2009/2000	2009/2008		Media anual 2009/2000	2009/2008
<b>Balanza comercial</b>							
Exportaciones	14.333,87	9,1	3,95	-14,85	158.254,28	2,73	-16,37
Importaciones	18.009,14	8,6	4,49	-34,20	208.436,80	2,33	-26,45
Saldo	-3.675,27	--	6,93	-65,12	-50.182,52	1,15	-46,71
Tasa de cobertura (porcentajes) <sup>(2)</sup>	79,6	--	-0,42	18,09	75,9	0,29	9,15
<b>Balanza comercial agroalimentaria</b>							
Exportaciones	5.332,82	21,4	4,60	-10,41	24.890,61	4,35	-7,38
Porcentajes sobre total <sup>(2)</sup>	37,2	--	0,23	1,84	15,7	0,23	1,53
Importaciones	2.284,16	9,9	5,63	-13,92	23.046,94	4,55	-11,70
Porcentajes sobre total <sup>(2)</sup>	12,7	--	0,13	2,99	11,1	0,22	1,85
Saldo	3.048,65	--	3,90	-7,58	1.843,67	2,11	138,57
Tasa de cobertura (porcentajes) <sup>(2)</sup>	233,5	--	-2,38	9,15	108,0	-0,21	5,04

(1) Datos provisionales.

(2) Las tasas son en estos casos diferencias en puntos porcentuales.

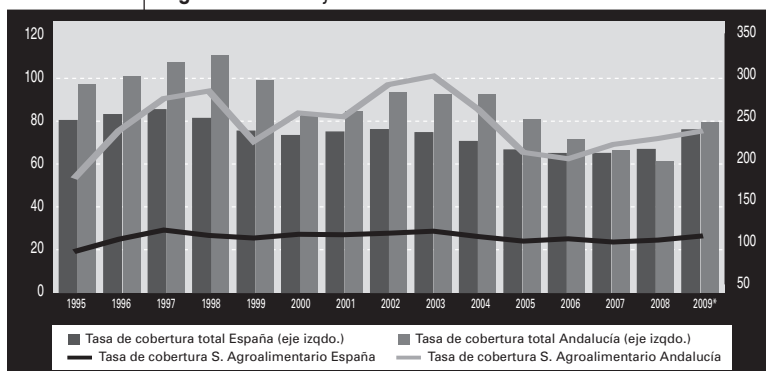
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (DataComex).

Esta trayectoria negativa del comercio exterior no ha sido tan acusada en el caso de la balanza comercial agroalimentaria, aunque tanto las compras como las ventas al exterior han sufrido caídas por encima de los dos dígitos. Concretamente, las exportaciones agroalimentarias se han reducido hasta los 5.332,82 millones de euros, que representan el 37,2 por ciento de las exportaciones totales andaluzas, en tanto que las importaciones sólo suponen

el 12,7 por ciento. La mayor caída, en términos absolutos, de las ventas respecto de las compras se ha traducido en este caso en una reducción del superávit de la balanza agroalimentaria, si bien éste continúa siendo elevado (por encima de los 3.000 millones de euros). La tasa de cobertura agroalimentaria, por tanto, continúa estando muy por encima de la nacional, pese al notable incremento del saldo positivo de la balanza comercial agroalimentaria española en el último año. Sin embargo, pese a este descenso en el valor de las ventas, las cantidades agroalimentarias exportadas se han incrementado ligeramente (0,3 por ciento) en 2009 respecto al año anterior, lo que se traduce en una caída de los precios de exportación.

GRÁFICO II.26

**La tasa de cobertura del sector agroalimentario andaluz es muy superior a la nacional y a la del conjunto de la balanza comercial regional. Porcentajes**

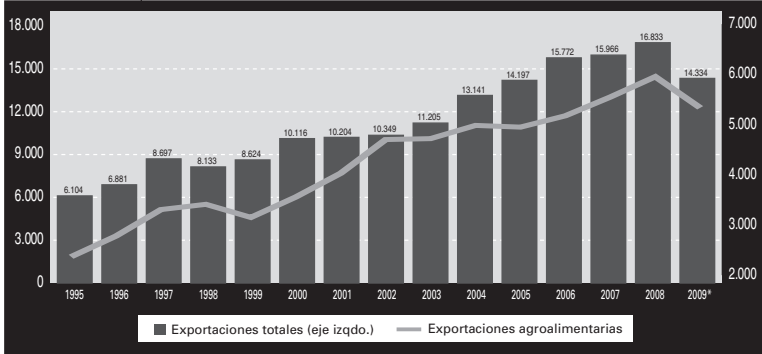


\* Datos provisionales.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (DataComex).

GRÁFICO II.27

Se reducen las exportaciones agroalimentarias por primera vez desde 2005. Millones de euros



\* Datos provisionales.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (DataComex).

Distinguiendo por productos, y en base a la información que publica el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, las frutas y legumbres acaparan cerca del 60 por ciento del valor de las ventas agroalimentarias andaluzas. Junto a éstas, destaca el grupo de grasas y aceites, y más concretamente el aceite de oliva virgen, que concentra el 14,1 por ciento de las exportaciones agroalimentarias de la región. Haciendo un mayor desglose, en este caso a través de la clasificación de códigos Taric (Arancel Integrado de las Comunidades Europeas), los principales productos exportados serían, junto al aceite, los tomates, pimientos, aceitunas y fresas, concentrando entre todos alrededor del 44 por ciento de las ventas agroalimentarias.

Desde principios de la década se viene observando un continuado incremento de las ventas de dichos productos en términos monetarios, aunque en 2009 únicamente se ha incrementado con respecto al año anterior el valor de las exportaciones de tomate. En términos físicos, sin embargo, las ventas de tomate se han reducido, observándose así un incremento de los precios. Durante el periodo 2000-2009 se ha constatado un generalizado incremento medio anual del número de toneladas vendidas, pero en 2009 se han reducido las cantidades exportadas de aceite de oliva virgen, tomates, pepinos y cítricos. Las ventas de pimientos y aceitunas, por el contrario, han repuntado, lo que implica una importante reducción de los precios, a tenor del descenso en el valor exportado en ambos casos.

CUADRO II.15

**Evolución del comercio exterior en Andalucía. Millones de euros y porcentajes**

		2000	2008	2009 <sup>(1)</sup>	Tasas de variación en porcentajes	
					Media anual 2009/2000	2009/2008
1. Total Andalucía	Exportaciones	10.115,76	16.832,88	14.333,87	3,95	-14,85
	Importaciones	12.127,35	27.371,28	18.009,14	4,49	-34,20
	Saldo	-2.011,59	-10.538,40	-3.675,27	6,93	-65,12
2. Sector Agroalimentario (3+4)	Exportaciones	3.556,30	5.952,43	5.332,82	4,60	-10,41
	Importaciones	1.395,34	2.653,58	2.284,16	5,63	-13,92
	Saldo	2.160,96	3.298,86	3.048,65	3,90	-7,58
3. Sector Agrario-Alimentario	Exportaciones	3.455,86	5.760,81	5.163,45	4,56	-10,37
	Importaciones	1.058,63	2.219,93	1.938,23	6,95	-12,69
	Saldo	2.397,23	3.540,88	3.225,23	3,35	-8,91
Frutas y hortalizas	Exportaciones	1.858,07	2.855,59	2.704,16	4,26	-5,30
	Importaciones	110,23	232,58	218,18	7,88	-6,19
	Saldo	1.747,84	2.623,01	2.485,97	3,99	-5,22
Industria Alimentaria <sup>(2)</sup>	Exportaciones	1.457,03	2.657,92	2.327,20	5,34	-12,44
	Importaciones	718,89	1.578,68	1.371,19	7,44	-13,14
	Saldo	738,14	1.079,24	956,01	2,92	-11,42
4. Sector pesquero	Exportaciones	100,43	191,62	169,36	5,98	-11,62
	Importaciones	336,71	433,65	345,94	0,30	-20,23
	Saldo	-236,28	-242,02	-176,57	-3,18	-27,04
5. Sector forestal	Exportaciones	3,07	3,64	1,88	-5,31	-48,45
	Importaciones	125,41	122,85	83,72	-4,39	-31,85
	Saldo	-122,34	-119,21	-81,85	-4,37	-31,34

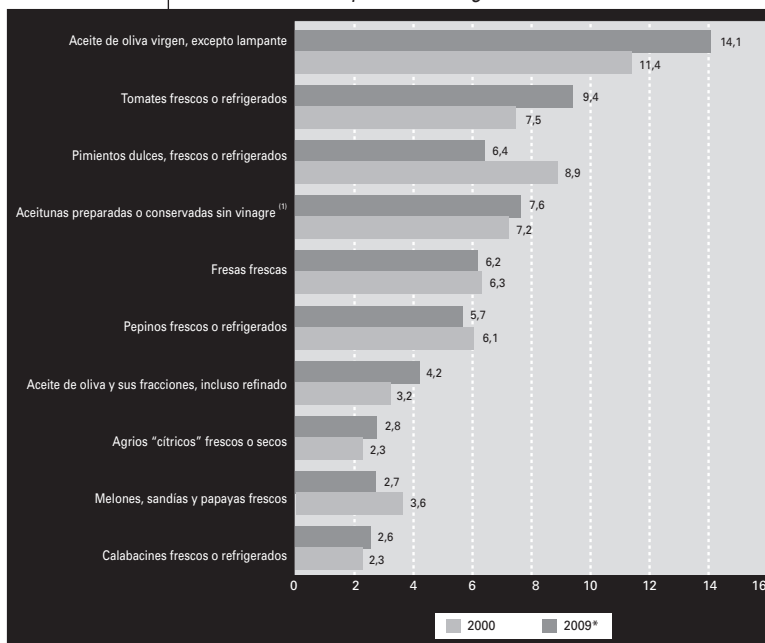
(1) Datos provisionales.

(2) Contiene los capítulos TARIC: 02, 04, 09, 11, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, y las partidas 0504, 1208, 1601 y 1602.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (DataComex).

GRÁFICO II.28

**El aceite, tomate y pimiento acaparan el 30 por ciento de las exportaciones agroalimentarias andaluzas. Porcentajes sobre el valor total de las exportaciones agroalimentarias**



\* Datos provisionales.

(1) En el año 2000 se refiere a aceitunas preparadas o conservadas, excepto en vinagre o acético, en envases inmediatos <=5 kg.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (DataComex).

En lo que se refiere a las importaciones agroalimentarias andaluzas, 2.284,16 millones de euros en 2009, los principales productos comprados al exterior serían los relacionados con la pesca, grasas y aceites, cereales, bebidas, frutas y legumbres. Todos ellos han sufrido un significativo descenso respecto a 2008 en términos de valor, aunque en cantidades tanto las compras de grasas y aceites como de cereales han experimentado un fuerte repunte (por encima del 20 por ciento en ambos casos), lo que se traduce en una caída de los precios pagados por estos productos.

El principal destino de las exportaciones andaluzas continúa siendo la UE-15, que concentra alrededor del 76 por ciento del valor de las ventas agroalimentarias de la región, siendo Alemania el principal comprador

de productos andaluces. Junto a éste, le siguen los destinos europeos de Francia, Italia, Reino Unido, Portugal y Países Bajos, y fuera del continente destacan las ventas a EE.UU., Japón y Suiza. En lo que se refiere a la evolución de las ventas, durante el periodo 2000-2009 se ha registrado un aumento medio anual de las exportaciones a todos los países de la UE-27, que contrasta con el descenso generalizado en 2009, aunque se han registrado incrementos significativos de las ventas agroalimentarias a Austria, República Checa o Suiza.

CUADRO II.16

## Principales productos agroalimentarios exportados por Andalucía.

	Millones de euros			Toneladas		
	Tasas de variación en porcentajes			Tasas de variación en porcentajes		
	2009 <sup>(1)</sup>	Media anual 2009/2000	2009/2008	2009 <sup>(1)</sup>	Media anual 2009/2000	2009/2008
Aceite de oliva virgen, excepto lampante	750,47	7,09	-19,90	314.808,14	5,23	-6,15
Tomates frescos o refrigerados	501,82	7,32	1,82	504.291,45	5,93	-5,63
Pimientos dulces, frescos o refrigerados	342,56	0,87	-22,12	320.927,39	2,78	7,73
Aceitunas preparadas o conservadas sin vinagre <sup>(2)</sup>	407,06	5,23	-3,82	265.261,19	7,61	21,04
Fresas frescas	330,25	4,36	-1,12	199.888,16	0,54	4,59
Pepinos frescos o refrigerados	302,25	3,84	-0,62	363.178,30	1,59	-2,98
Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado	225,08	7,73	-16,85	93.577,68	7,82	3,31
Melones, sandías y papayas frescos	146,03	1,40	-12,22	274.956,63	0,55	2,39
Agrios "cítricos" frescos o secos	147,08	6,79	-8,58	221.806,94	2,10	-9,72
Calabacines frescos o refrigerados	136,79	5,91	-0,45	195.345,48	4,26	6,30

(1) Datos provisionales.

(2) Hasta el año 2007 esta partida se denominaba "Aceitunas preparadas o conservadas (excepto vinagre o acético) en envases inmediatos <=5 kg.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (DataComex).

**CUADRO II.17**

**Principales destinos de las Exportaciones Agroalimentarias Andaluzas. Millones de euros y porcentajes**

	2000	2008	2009 <sup>(1)</sup>	2009 porcentajes	Tasas de variación en porcentajes	
					Media anual 2009/2000	2009/2008
Alemania	623,50	897,05	827,45	15,5	3,19	-7,76
Francia	583,24	855,57	740,00	13,9	2,68	-13,51
Italia	413,97	800,38	665,60	12,5	5,42	-16,84
Países Bajos	293,31	424,70	390,19	7,3	3,22	-8,13
Portugal	300,63	596,99	507,07	9,5	5,98	-15,06
Reino Unido	385,10	546,74	510,28	9,6	3,18	-6,67
<b>UE-15</b>	<b>2.860,31</b>	<b>4.558,70</b>	<b>4.044,98</b>	<b>75,9</b>	<b>3,93</b>	<b>-11,27</b>
<b>UE-27</b>	<b>2.913,32</b>	<b>4.753,81</b>	<b>4.249,06</b>	<b>79,7</b>	<b>4,28</b>	<b>-10,62</b>
EE.UU.	221,83	300,57	280,52	5,3	2,64	-6,67
Japón	43,47	89,15	67,30	1,3	4,98	-24,50
Rusia	19,16	53,40	39,92	0,7	8,50	-25,24
Suiza	34,08	52,48	64,25	1,2	7,30	22,42
México	14,47	42,30	37,97	0,7	11,31	-10,25
<b>Total mundial</b>	<b>3.556,30</b>	<b>5.952,43</b>	<b>5.332,82</b>	<b>100,0</b>	<b>4,60</b>	<b>-10,41</b>

(1) Datos provisionales.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (DataComex).

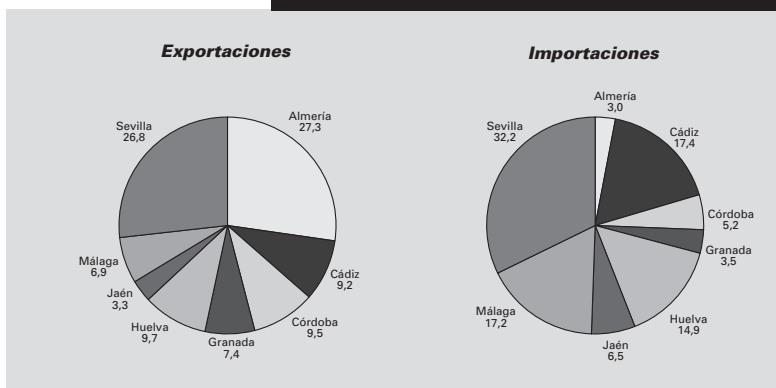
Distinguiendo los principales productos agroalimentarios exportados por destinos, se observa que cerca de un 40 por ciento del valor de las exportaciones andaluzas de aceite de oliva en 2009 tuvieron como destino Italia. En lo que respecta a los tomates, Alemania es el principal comprador, acaparando más de la cuarta parte de las ventas andaluzas al exterior. Del mismo modo, el país germano es el principal destino de las exportaciones de pimientos, concentrando cerca de un tercio de las ventas totales de dicho producto, acaparando este país también un porcentaje similar de las ventas de fresas andaluzas. En lo que respecta a las exportaciones de aceitunas, el principal comprador es EE.UU., concentrando el 36,4 por ciento de las ventas totales.

El origen de las compras agroalimentarias andaluzas, al igual que sucede con las ventas, es mayoritariamente europeo, y el 55 por ciento de las

importaciones provienen de la UE-15. En este caso es Reino Unido el principal vendedor de productos agroalimentarios a la región, seguido de Portugal, Francia, Irlanda y Países Bajos. El país británico es el principal suministrador de bebidas y cereales, mientras que Portugal es el país que más productos relacionados con grasas y aceites vende en la región. Del resto del mundo, las principales compras en 2009 se han realizado a Marruecos y Argentina, siendo los principales productos agroalimentarios importados el pescado en el primero de los casos, y los residuos de la industria agroalimentaria (tortas y demás residuos sólidos, fundamentalmente) en el segundo.

GRÁFICO II.29

**Almería y Sevilla concentran el 54 por ciento de las exportaciones agroalimentarias andaluzas. Porcentajes**



Datos provisionales 2009.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (DataComex).

En cuanto al análisis territorial se observan significativas diferencias en las distintas provincias andaluzas. Entre Almería y Sevilla concentran más de la mitad de las exportaciones agroalimentarias del conjunto andaluz, siendo ambas junto con Córdoba, las provincias que muestran una mayor caída de las ventas en 2009, en términos absolutos. En lo que respecta a las importaciones, Sevilla es la que mayor volumen de compras realiza, seguida de Málaga, la única provincia que en 2009 ha mostrado un saldo deficitario de la balanza comercial agroalimentaria, dado el incremento en el valor de las compras (el único en la región) y el descenso de las ventas.

**CUADRO II.18**

**Exportaciones e Importaciones Agroalimentarias Andaluzas por provincias. Millones de euros y porcentaje**

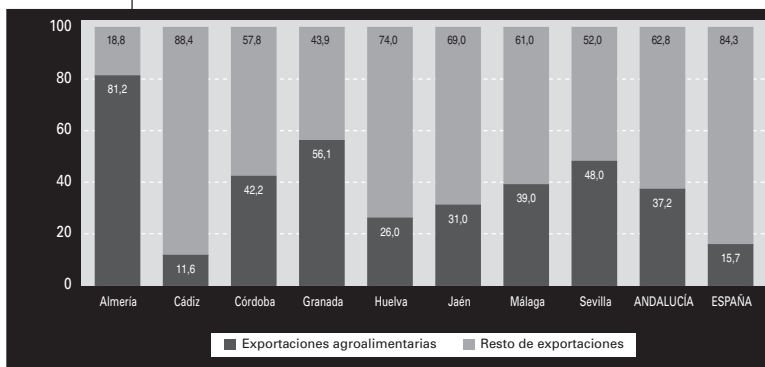
	Exportaciones			Importaciones		
	2009 <sup>(1)</sup>	Tasas de variación en porcentajes		2009 <sup>(1)</sup>	Tasas de variación en porcentajes	
		Media anual 2009/2000	2009/2008		Media anual 2009/2000	2009/2008
Almería	1.510,57	3,95	-6,98	72,02	13,03	-10,54
Cádiz	482,40	2,56	-9,65	374,94	3,86	-20,09
Córdoba	445,37	4,40	-21,40	83,10	4,38	-40,02
Granada	402,07	5,77	-7,71	81,79	7,49	-17,47
Huelva	547,12	5,93	-5,72	349,27	2,09	-11,01
Jaén	170,84	1,15	-13,25	126,45	12,29	-26,26
Málaga	394,71	5,42	-5,06	462,49	6,16	1,25
Sevilla	1.379,75	5,73	-13,74	734,12	6,95	-13,18
<b>Andalucía</b>	<b>5.332,82</b>	<b>4,60</b>	<b>-10,41</b>	<b>2.284,16</b>	<b>5,63</b>	<b>-13,92</b>
España	24.890,61	4,35	-7,38	23.046,94	4,55	-11,70

(1) Datos provisionales.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (DataComex).

**GRÁFICO II.30**

**La Agroalimentación, principal sector exportador de Andalucía. Porcentajes**



Datos provisionales 2009.

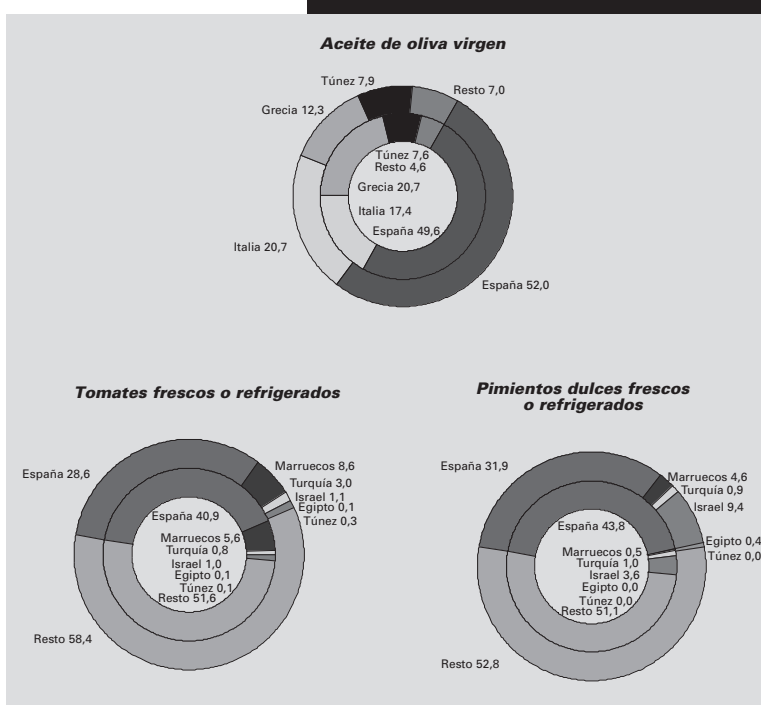
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (DataComex).

Almería es la principal exportadora de pimientos y tomates, y su principal destino es Alemania. La provincia sevillana, por su parte, se centra en las ventas de aceite de oliva, cuyos principales compradores son EE.UU. y Portugal. En cuanto a las exportaciones de fresas, Huelva concentra el 96,8 por ciento del total andaluz y sus principales destinos son Alemania y Francia. En lo que respecta a las importaciones, Sevilla adquiere fundamentalmente preparados alimenticios diversos y aceite de girasol, de países como Irlanda, Francia y Portugal, mientras que la provincia de Málaga compra principalmente bebidas de Reino Unido.

Resulta de interés también analizar la cuota de mercado que tiene España en las importaciones de la UE-27. Así, se observa la importancia de las exportaciones españolas de aceite de oliva virgen, ya que más de la mitad de las compras que realizan los países miembros de la UE de este producto tienen como origen España, repartiéndose el resto entre otros países mediterráneos como Italia, Grecia y Túnez. Destaca de igual modo el importante volumen de ventas a la UE-27 de tomates y pimientos, con una cuota de mercado de España en torno al 30 por ciento en ambos casos, lo que confirma la importancia del sector agroalimentario español en Europa, y por ende del andaluz, ya que Andalucía concentra una parte importante de las ventas españolas de los citados productos. No obstante, en los últimos años la cuota de mercado de España, tanto en pimientos como en tomates, se ha reducido, al tiempo que lo ha hecho la participación andaluza en el total nacional, debido al mayor incremento en términos relativos del valor de las exportaciones agroalimentarias españolas con destino a la UE respecto de las andaluzas en el periodo 2000-2009.

GRÁFICO II.31

Cuota de mercado de las importaciones agroalimentarias en la UE-27. *Porcentajes*

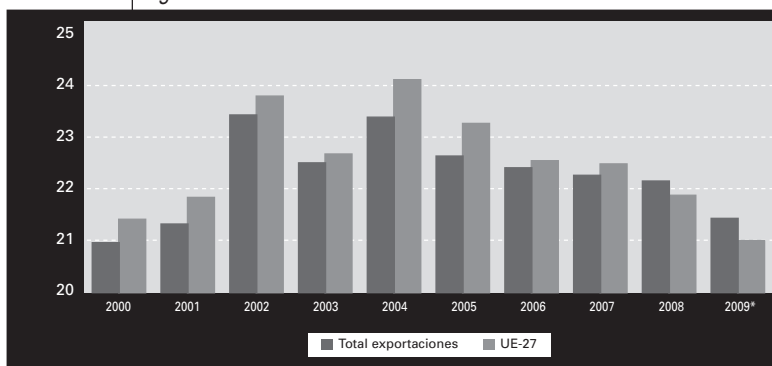


El anillo interior corresponde al año 2000 y el exterior a 2009.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Estadísticas de la Unión Europea (DataComex), Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

GRÁFICO II.32

Se reduce ligeramente la participación andaluza en las exportaciones agroalimentarias españolas a la UE-27. *Porcentaje de las exportaciones agroalimentarias andaluzas sobre el total nacional*



\* Datos provisionales.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (DataComex).

CUADRO II.19

Ranking de España por principales producciones agroalimentarias en el mundo.

1995		2007	
Posición	Producto	Posición	Producto
2	Tangerinas, mandarinas y clementinas	1	Aceitunas, olivas
2	Fresas	2	Almendras con cáscara
2	Almendras con cáscara	2	Alcachofas
2	Alcachofas	2	Tangerinas, mandarinas y clementinas
3	Aceitunas, olivas	2	Fresas
4	Peras	3	Coliflor y brécol
4	Avellanas con cáscara	3	Lechuga y achicoria
4	Espárragos	3	Melocotones (duraznos), nectarinas
4	Naranjas	4	Carne de cerdo
5	Uvas	5	Uvas

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y FAOSTAT.

Según la información que publica FAOSTAT, España es el mayor productor de aceitunas del mundo y el segundo de almendras de cáscara, alcachofas, fresas y mandarinas y clementinas, siendo el principal exportador mundial de estas últimas y de aceite de oliva. Del mismo modo, destacan las ventas de vino y tomate, aunque tanto en estas exportaciones como en las de aceite de oliva se observa una diferencia importante en los precios unitarios de exportación. De hecho, el precio por tonelada vendida de aceite de oliva de España se sitúa por debajo del de Italia o Grecia, sucediendo lo mismo con el vino, con un precio muy inferior al de Francia o Italia. Algo similar ocurre con el tomate, lo que denota una menor valoración de los productos agroalimentarios españoles en relación al resto de competidores europeos, siendo necesario un esfuerzo de mejora en la comercialización y promoción, que permita aumentar el valor añadido de las exportaciones de España.

**CUADRO II.20**

**Principales productos agroalimentarios exportados por España: Ranking mundial.**

	Aceite de oliva virgen			Tangerinas, mandarinas y clementinas	
	Valor (miles de dólares)	Valor unitario (\$/toneladas)		Valor (miles de dólares)	Valor unitario (\$/toneladas)
España	2.409.183	3.881	España	1.682.204	1.018
Italia	1.443.732	4.960	China	174.750	437
Túnez	543.502	3.149	Marruecos	159.209	653
Grecia	385.880	4.015	Turquía	111.625	433
Siria	268.092	3.605	Países Bajos	107.118	1.119
	Vino			Tomates	
	Valor (miles de dólares)	Valor unitario (\$/toneladas)		Valor (miles de dólares)	Valor unitario (\$/toneladas)
Francia	9.254.180	6.199	Países Bajos	1.527.534	1.830
Italia	4.741.609	2.596	México	1.219.875	1.137
Australia	2.488.462	3.185	España	1.170.556	1.329
Chile	2.414.119	2.085	Estados Unidos	311.067	1.268
España	2.395.881	1.671	Bélgica	297.015	1.461

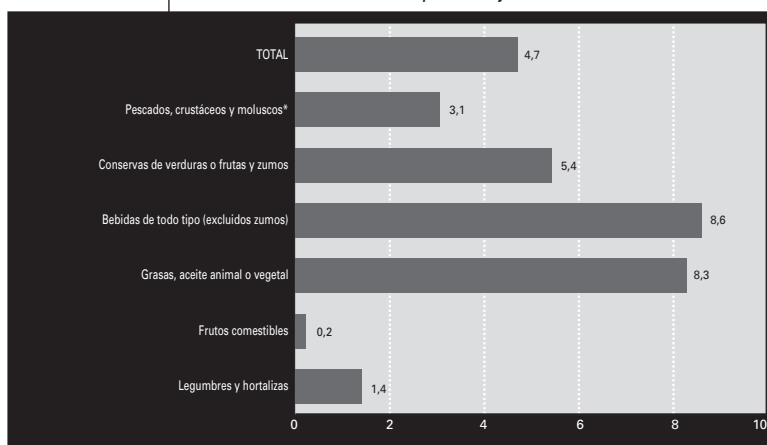
Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y FAOSTAT, 2007.

Otra información estadística que permite analizar la evolución del comercio agroalimentario andaluz es la que se extrae del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio referente al número de empresas exportadoras, su facturación y el tipo de productos que comercializan. En los últimos años se ha observado un continuo incremento del número de empresas exportadoras regulares y si en 2003 había 2.785 empresas, en 2008 son más de 4.000 las compañías que se dedican a la exportación en la región, representando en torno al 10 por ciento del total nacional. Del mismo modo, se ha registrado un incremento en la facturación media anual de estas empresas, que alcanza ya los 3,6 millones de euros, siendo los principales destinos de dichas exportaciones, en función del número de empresas que comercializan con cada país, Portugal, Marruecos, Francia, Alemania, Italia, Reino Unido, Países Bajos y EE.UU.

En lo que se refiere al sector agroalimentario, y teniendo en cuenta los veinte primeros capítulos arancelarios Taric, se han registrado 1.301 empresas en 2008, cifra muy superior a la de 2003, cuando existían 1.034 empresas exportadoras que ejercían su actividad de forma regular, de lo que se desprende un crecimiento medio anual en dicho periodo de en torno al 5 por ciento. En lo que respecta a los productos exportados, estas

GRÁFICO II.33

**Se incrementa el número de empresas exportadoras regulares de productos agroalimentarios en Andalucía. Tasas de variación media anual 2008/2003 en porcentajes**



\* Variación media anual para el periodo 2004-2008.

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía* y Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (DataComex).

empresas fundamentalmente venden hortalizas y frutas, grasas y aceites, bebidas, conservas de verduras y frutas, y pescados, crustáceos y moluscos, observándose una mayor facturación media de las empresas que exportan aceites (alrededor de 6,9 millones de euros), mientras que, por el contrario, las ventas medias de las empresas dedicadas a la comercialización de pescado, aunque se han incrementado acusadamente, son bastante inferiores (1,5 millones de euros).

Finalmente cabría reseñar que con el objetivo de aumentar el consumo de productos agroalimentarios españoles en otros países, el Instituto de Comercio Exterior (ICEX) está desarrollando el Plan General de Promoción Exterior y Marcas, cuya finalidad radica en apoyar las actuaciones de promoción exterior e internacionalización de marcas españolas. Este programa trata de incentivar a las empresas que utilicen de forma intensiva los nuevos factores de competitividad, tales como la innovación de productos, servicios y procesos, el diseño o la inversión en imagen, siempre que se traduzcan en actividades dirigidas a mejorar su posicionamiento en mercados exteriores considerados de interés.

En lo que respecta al Plan de Promoción Exterior 2010 del aceite de oliva, en el que se invertirán 1.665.000 euros en acciones promocionales en diez mercados (Australia, Brasil, China, EE.UU., India, México, Polonia, República Checa, Rusia y Ucrania), destaca la apuesta realizada en el país mexicano, ya que alrededor del 80 por ciento de sus importaciones de aceite de oliva provienen de España. Así, en este país se realizará una inversión de más de 100.000 euros en 2010, enfocada a generalizar el uso del aceite de oliva y a asentar la imagen de España como principal origen y enseña de calidad.

Por último, uno de los principales programas para el fomento de la producción y comercialización del vino es el que está desarrollando el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, denominado "Estrategia VINO 2010" y cuya finalidad es la de unificar objetivos y actuaciones para el desarrollo del sector del vino en el periodo 2007-2010, implicando a todos los agentes del sector en aras de mejorar la integración, competitividad y promoción del vino y sus múltiples variedades.