

Sistemas Alimentarios en España. Elementos clave de su estructura y dinamismo

IX Congreso Español de Sociología. Barcelona

Grupos de Trabajo “Sociología de la alimentación” y “Sociología Rural”.

Sesión compartida: “Sistemas Agroalimentarios”

José Ramón Mauleón

Universidad del País Vasco

Facultad de Farmacia

Departamento de Sociología 2

Paseo de la Universidad 7

01006 Vitoria

E.mail: j.mauleon@ehu.es

1. Introducción

El enfoque del Sistema Alimentario se interesa por analizar la alimentación desde una perspectiva más amplia que el acto del consumo. Se trata de un enfoque novedoso y prometedor porque permite introducir nuevos elementos de análisis en el estudio de un tema tan complejo como es la alimentación. A lo largo de esta ponencia se delimita el marco conceptual de este enfoque, se describen los elementos que son objeto de su estudio, se identifican sus elementos más dinámicos, y se hace una propuesta de los Sistemas Alimentarios que pueden co-existir en España.

2. El enfoque del Sistema Alimentario

Estudiar la alimentación desde el enfoque del Sistema Alimentario (SA) supone considerarla como una unidad conformada por las fases o elementos que intervienen en el proceso de aprovisionarse de alimentos. Estas fases incluyen desde el productor agrario hasta el consumidor, pasando por la industria alimentaria y quienes distribuyen los alimentos.

Cada disciplina científica se especializa en estudiar algún aspecto concreto de esta cadena (trazabilidad, seguridad alimentaria, coordinación tecnológica, flujos de intercambio económico, o toma de decisiones y relaciones de poder). En general, mientras las Ciencias Técnicas se interesan por los productos, las Ciencias Sociales estudian aspectos socio-económicos y culturales presentes en este proceso. Todas ellas coinciden en su interés por conocer todo el proceso de abastecimiento de alimentos; de interesarse por el recorrido *‘desde el campo hasta la*

mesa'. También coinciden en aceptar que todas estas fases están relacionadas; que conforman una estructura interdependiente por lo que un cambio en una de ellas afecta al resto de la cadena. Esta perspectiva de análisis tiene una creciente actualidad debido a los cambios tecnológicos, comerciales, sociales y económicos recientes. Las nuevas tecnologías aplicadas a la producción de alimentos y a la transmisión de la información, el proceso de globalización económica, o la saturación del consumo de alimentos hacen que el acto de alimentarse resulte radicalmente distinto respecto a épocas anteriores. La alimentación actual, más que nunca, no puede comprenderse sin tener una visión holística del proceso de aprovisionamiento de alimentos. De esta forma, ni las elecciones que realiza el consumidor sobre su alimentación pueden entenderse sin tener en cuenta las estrategias empresariales y comerciales de la industria alimentaria, ni la dinámica de las explotaciones agrarias puede comprenderse sin tener en cuenta sus relaciones con la agroindustria.

Como investigadores, este enfoque obliga a estudiar un aspecto concreto sin dejar de “*mirar de reojo*” a los otros elementos que participan en el proceso de la alimentación. También implica, y quizás esto sea lo más importante, un cambio en la forma de ver el papel que cumple la alimentación en la sociedad. Supone no considerarla como una práctica donde se reflejan cambios y diferencias sociales; como un indicador de fenómenos sociales globales. Con este enfoque, las prácticas alimentarias adquieren mayor protagonismo porque contribuyen a generar y reproducir dichos procesos. De esta forma, la tendencia a comprar un vino caro no es vista sólo como un posible deseo de mostrar status o distinción, sino también como una forma como se consolida la posición hegemónica de los propietarios de esas marcas de vinos. Desde este planteamiento, la manera como consumimos alimentos constituye una de las causas que está influyendo en procesos sociales como la distribución de la riqueza, el desarrollo local, la búsqueda del sentido a la vida en el consumo, o la conversión de los ciudadanos a simples consumidores. En conclusión, tan importante como preguntarse ‘*porque comemos lo que comemos*’, es cuestionarse ‘*que consecuencias sociales tiene la forma como comemos*’.

Este enfoque también plantea nuevos retos y dificultades. Primeramente, se hace necesario ampliar los investigadores amplíen sus conocimientos para incluir en sus análisis información sobre los diferentes sectores intervinientes. Los sociólogos debemos incluir los conocimientos que aportan diferentes especialidades de nuestra disciplina como la Sociología de la Alimentación, la Sociología del Consumo o la Sociología Rural. Además, se hace necesaria la colaboración interdisciplinar para superar las visiones parciales que tiene cada disciplina. Se debe entrar en contacto con investigadores de otras ciencias sociales y técnicas con el fin de dar explicaciones más precisas.

La novedad de este enfoque supone que exista cierta confusión terminológica. Se emplean términos como ‘*cadena agroalimentaria*’, ‘*sistema agroalimentario*’, incluso ‘*sistema agromaralimentario*’. Aquí se propone emplear el concepto ‘*Sistema Alimentario*’. El término de ‘*sistema*’ es útil para reforzar la idea de que intervienen distintos elementos formando una unidad interrelacionada. Es mejor que el de ‘*cadena*’ que se limita al flujo de un bien comercial y, por tanto, dificulta integrar aspectos distintos al producto en sí. El término ‘*alimentario*’ también parece el más oportuno porque incluye tanto los alimentos de origen terrestre (agroganaderos) como marinos (pesqueros).

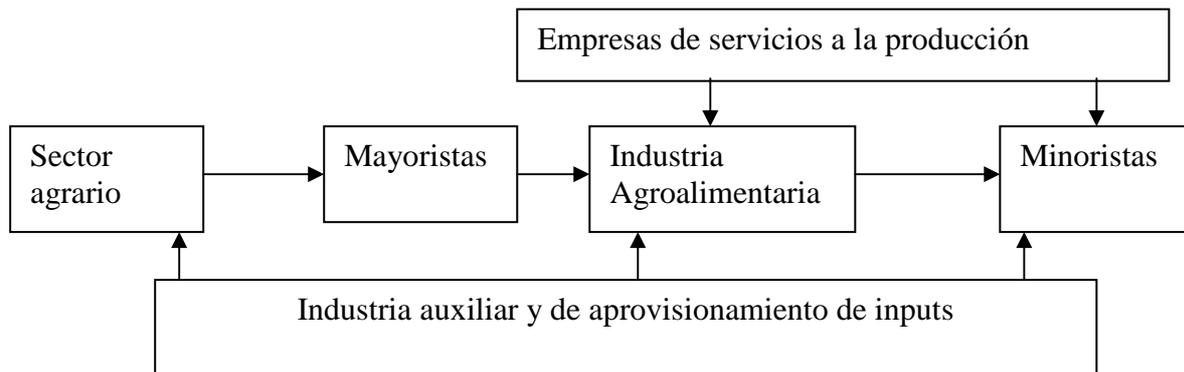
3. Elementos constitutivos del Sistema Alimentario

No existe una definición única del término Sistema Alimentario y, por tanto, no existe consenso sobre sus elementos constitutivos. No obstante, la propuesta que hace Sanz Cañada (1997) puede considerarse como representativa de la que se ha empleado en muchos estudios. Este autor considera que, desde mediados de los ochenta, en el caso del estado español, los componentes del SA son:

- el Sector Agrario. Es el que elabora productos agrarios, que son bienes homogéneos, con un alto nivel de perechibilidad, y cuya producción está sujeta a fluctuaciones.
- la Industria Agroalimentaria. Su labor consiste en incorporar a los productos una serie de utilidades como el acondicionamiento y envasado, la higiene y seguridad, la normalización, o la diferenciación del producto a través de la creación de marcas. Esta industria se puede diferenciar en función de que realice actividades de primera o segunda transformación; esto es, dependiendo de que sus insumos provengan del sector primario o de otras empresas.
- la Distribución Alimentaria. Incluye las actividades comerciales dedicadas a transferir los productos entre el sector primario y las industrias y, sobre todo, entre las industrias y el consumidor. Se incluiría, por tanto, el comercio mayorista y minorista.
- la Restauración Colectiva y Comercial. Aunque algunos autores lo consideren como un cuarto sector porque cumple funciones de consumo de alimentos extra-doméstico, el autor no es partidario de incluirlo.
- el Sector Para-agroalimentario. Se trata de empresas que abastecen de bienes y servicios necesarios para el funcionamiento del sistema. Incluiría las industrias auxiliares de aprovisionamiento de inputs (fertilizantes, maquinaria agrícola, equipos de fabricación, envases, etc.), y las empresas que prestan servicios a la producción (logística y transporte, consultoría y marketing, etc.) (1997:358-361)

En la Gráfica siguiente se presenta un diagrama que trata de resumir la estructura estándar del SA. Las flechas presentan, de manera muy esquemática, la dirección del flujo de los productos o servicios. Es evidente que esta estructura varía en función del alimento analizado. En el caso de las verduras frescas, por ejemplo, la Industria Alimentaria apenas interviene.

Gráfica 1. Estructura standard del Sistema Alimentario



En el resto de este apartado se va a presentar una nueva propuesta sobre los elementos constitutivos del SA. Para elaborarla se han dado varios pasos.

El primero ha sido determinar cual es el principio y el fin del SA. Para ello se ha tenido en cuenta cual es el recorrido que siguen los alimentos. Dicho recorrido constituye la cadena o fases que conforman un SA. Parece evidente que el proceso se inicia en el sector primario (agroganadero o pesquero) y que, tras una intermediación mayorista en muchas producciones, llega a la industria alimentaria. Tras una nueva intermediación mayorista en muchos alimentos, éstos llegan a los minoristas o restaurantes para, finalmente, terminar en los consumidores. De esta forma, en mi opinión parece conveniente:

- incluir el sector pesquero pues el pescado fresco o transformado constituye un alimento importante.
 - eliminar el prefijo ‘agro’ de todos los términos para dar cabida a los productos pesqueros, e
 - integrar el momento del consumo en su doble vertiente: doméstica y extra-doméstica.
- Aunque la actividad empresarial requerida para la producción y comercialización finaliza en los establecimientos minoristas (para ser consumidos en los hogares) o en los establecimientos mayoristas (para ser consumidos fuera de los hogares), el recorrido de los alimentos no concluye ahí. Los adquiridos por los consumidores son sometidos a una

preparación final más menos sofisticada antes de ser consumidos¹. El acto de compra adquiere una gran importancia para todo el Sistema porque el consumidor tiene que optar por un lugar de compra, un tipo de alimento y una marca determinada. Estas tres decisiones son las que en última instancia configuran todas las fases de la cadena. Aunque este consumo doméstico sea el más importante, cada vez adquiere más importancia el extra-doméstico; el que se realiza en restaurantes o instituciones colectivas (comedores de empresas o escolares, hospitales, etc.). De hecho, el 26% de los alimentos comercializados en España los compran estos sectores. Como los alimentos que se consumen fuera del hogar son distintos y, sobre todo, como estos establecimientos se aprovisionan de manera distinta a como lo hacen los hogares, también parece oportuno considerarlos como una fase más de la cadena alimentaria.

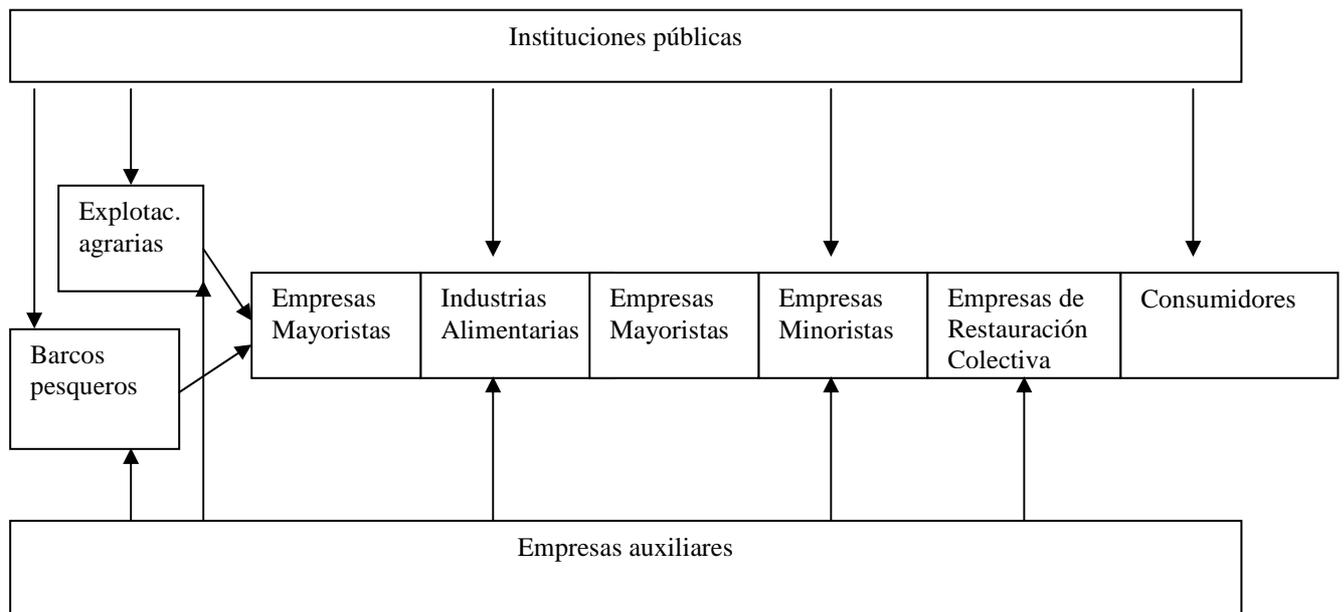
Una vez determinadas las fases de la cadena, el segundo paso ha sido decidir si un SA viene formado únicamente por quienes ‘*tocan*’ el alimento en alguna de sus fases, o también deberían estar incluidos otros agentes que colaboran en alguna de las fases. Las empresas que aportan inputs de producción al sector agrario o que aportan tecnología y servicios a las industrias, cumplen una labor importante en la configuración del SA aunque ‘*no toquen*’ el alimento. Máxime desde que en los últimos años se está tendiendo a ‘*externalizar*’ algunas de las actividades que tradicionalmente han realizado las propias empresas. De igual manera, las instituciones públicas también adquieren una gran relevancia en un SA porque mediante su intervención establecen medidas que regulan la producción agraria, las subvenciones, la manera de transformar alimentos, o el comercio internacional de alimentos. En otras palabras, las instituciones favorecen o dificultan ciertas actividades y, con ello, moldean la evolución de cada fase y de la cadena en su conjunto. En nuestra opinión, es necesario incluir tanto a las ‘*empresas auxiliares*’ como a las instituciones públicas que están tutelando cada parte de la cadena.

El último paso ha sido concretar cual debe ser la unidad de análisis de cada uno de los elementos. Aquí se propone utilizar las “*unidades de toma de decisiones*”; las entidades que tienen capacidad para tomar decisiones. Dichas unidades son: las explotaciones agrarias, los barcos pesqueros, las industrias alimentarias, las empresas auxiliares, los mayoristas y minoristas, las empresas de restauración colectiva, los consumidores, y las instituciones públicas. En estas unidades los criterios económicos son fundamentales en la toma de decisiones, sobre todo para las industrias y las empresas mayoristas y minoristas. No obstante, las que toman las

¹ Precisamente una de las principales estrategias de la industria alimentaria es reducir el tiempo de trabajo de preparación de los alimentos por parte de los consumidores. Los consumidores ‘*externalizan*’ estas tareas ante la ‘*comodidad*’ y ahorro de tiempo que suponen y las industrias alimentarias realizan alimentos más transformados porque les generan un mayor valor añadido.

explotaciones agrarias o los consumidores, también se encuentran condicionadas por criterios no-económicos. Pensemos, por ejemplo, que una explotación agraria puede tomar una decisión que perjudica a la actividad económica agraria pero que beneficia a un miembro del grupo familiar, o que el consumidor escoja un alimento más caro por creer que así va a poder prevenir una enfermedad.

Gráfica 2. Estructura propuesta del Sistema Alimentario



4. Elementos más dinámicos del Sistema Alimentario

Todos los elementos que participan en el SA resultan necesarios para su correcto funcionamiento y contribuyen a que el SA adopte una configuración determinada. No obstante, algunos de ellos adquieren mayor protagonismo porque son capaces de introducir cambios en otros elementos del SA. Estos elementos que consiguen imponer sus intereses a los demás son los que tienen más poder y los que modelan la evolución de toda la cadena alimentaria.

Los elementos más influyentes no son los mismos en todas las sociedades, y varían a lo largo del tiempo. Para Sanz Cañada, hasta los años sesenta el elemento central del SA español era el sector agrario. Desde esta fecha y hasta mediados de los ochenta fue la Industria Alimentaria quien tomaba las decisiones y, desde entonces, es el sector de la Distribución quien ha impuesto su hegemonía (1997:368). A continuación, se realiza una propuesta de cuales pueden ser los elementos más dinámicos de la cadena alimentaria española actual.

Política agraria modernizadora. La intervención de las instituciones públicas sobre las explotaciones agrarias es muy importante. La política agraria diseñada por la Unión Europea y los Estados miembros tiene como rasgo más destacable forzar a que las explotaciones agrarias cumplan un rol específico dentro de la cadena alimentaria: el de producir materias primas para la industria alimentaria o los mayoristas. Para alcanzar dicho rol, desde las instituciones han optado por un modelo de desarrollo agrario: el que impone la ideología de la modernización agraria y que consiste en aumentar constantemente la productividad. No se sigue otro modelo posible como podría ser el potenciar que los agricultores y ganaderos participasen en la elaboración y distribución de los alimentos². Las únicas excepciones a este modelo de desarrollo agrario son las cooperativas existentes para la comercialización de frutas y verduras, y las destinadas a producir vino y aceite.

En consecuencia, las instituciones que diseñan y aplican la política agraria constituyen uno de los elementos más dinámicos de la cadena alimentaria porque su intervención supone:

-la reestructuración de las explotaciones agrarias. Al impulsar el modelo de producción basado en la modernización, están provocando la desaparición de muchas explotaciones agrarias y, a las pocas explotaciones que pueden capitalizarse, se les asigna el papel de proveedores de materias primas

-la expansión del sector industrial. El rol asignado a las explotaciones agrarias supone el auge de las empresas que venden insumos a las explotaciones agrarias (fertilizantes, maquinaria agraria, semillas, etc.), y el aumento de los beneficios de la industria alimentaria y de las empresas mayoristas y minoristas porque se apropian de una parte importante del precio final que paga el consumidor. Además, con la '*verticalización de la producción*', el productor agrario pierde el control de sus medios de producción por lo que las decisiones de lo que ha de producir, cómo y a qué precio, lo establece la industria alimentaria a la que abastece. De esta manera, los integrantes de la agricultura familiar pasan a convertirse en '*asalariados*' de la industria a la que venden sus productos.

Las instituciones europeas, estatales y locales son responsables de esta pérdida de activos del sector agrario, y de que los agricultores sean explotados por otros sectores económicos. Aunque todas ellas se escudan en la falta de competencias en esta materia, lo cierto es que no realizan, dentro de sus competencias, ningún intento de seguir un modelo de desarrollo agrario alternativo.

² Únicamente se potencia la formación de asociaciones de agricultores y ganaderos con el fin de comercializar conjuntamente sus producciones; iniciativa que también beneficia a los otros elementos de la cadena al tener más concentrada la oferta de materias primas

Política exterior liberalizadora

La economía española se está desarrollando en los últimos 20 años en un contexto internacional de creciente liberalización. El ingreso en la Unión Europea y el cumplimiento de las normas que impone la Organización Mundial del Comercio, ha supuesto una mayor facilidad para el intercambio de bienes, servicios y capitales. La pérdida de capacidad de los estados para intervenir en el comercio internacional contrasta con el mayor protagonismo que adquiere la industria alimentaria y las empresas de distribución de mayor tamaño. En este nuevo escenario de la globalización, éstas grandes empresas pueden expandirse con más facilidad en otros países comprando empresas extranjeras y/o aumentando sus exportaciones. También se benefician de poder comprar materias primas más baratas que las permite reducir sus costes de producción. En consecuencia, ésta política liberalizadora que sigue la Unión Europea es otro aspecto dinámico importante que está favoreciendo la concentración del poder económico en las grandes empresas de transformación y distribución de alimentos.

Publicidad de la industria alimentaria.

En un contexto como el de la sociedad española donde el consumo de alimentos está saturado, las técnicas de marketing, y sobre todo la publicidad, se convierten en una herramienta imprescindible para aumentar la cuota de mercado de los fabricantes. De hecho, en torno al 28% de la publicidad televisiva se refiere a la alimentación. Se publicitan alimentos y bebidas asociándolos a ventajas para el consumidor por la rapidez en su elaboración o por alguna supuesta ventaja para su salud. A través de esta publicidad, la industria alimentaria influye en las decisiones de muchos consumidores para que orienten sus preferencias, la demanda alimentaria, hacia los alimentos que más Valor Añadido aportan a la industria alimentaria. Los efectos de esta publicidad van mucho más allá de la simple influencia sobre el alimento o la marca a consumir. En realidad, supone la transmisión de toda una ideología que refuerza ciertos valores y necesidades sociales y presenta el consumo de ciertas marcas como la forma de satisfacerlas.

Pero una vez más, no toda la industria alimentaria se beneficia de igual manera de esta posibilidad de transmitir información al consumidor. Como la realización y emisión de la publicidad es costosa, las grandes industrias de la alimentación son las protagonistas de la publicidad televisiva de alimentos. De esta forma, mientras que sus productos y marcas serán recordadas periódicamente al consumidor, las medianas y pequeñas empresas verán cómo sus productos y marcas irán siendo olvidadas.

Aunque la responsabilidad de esta actuación recae en las empresas multinacionales de la alimentación, las instituciones públicas también son co-responsables. Llama la atención su

inhibición controlando la veracidad del contenido emitido, regulando la publicidad de alimentos que no son saludables, o emitiendo información que mejore la alimentación de los consumidores. Si las instituciones tienen la responsabilidad de velar por la salud de los ciudadanos y tienen que afrontar un alto coste para paliar los problemas de salud que ocasionan los malos hábitos alimentarios, la información que reciben los consumidores se convierte en un bien público y están legitimadas para garantizar que es la adecuada.

Control de la oferta y de la demanda por la Gran Distribución.

La distribución de alimentos en España ha sufrido un gran cambio en los últimos años. Uno de los más importantes ha sido la sustitución de la '*tienda tradicional*' (aquella que cuenta con un mostrador para atender al público) por los Supermercados (los que tienen una superficie de venta inferior a 2.500 m²). La cuota de mercado en alimentación que tienen los Supermercados ha pasado del 20% en 1980 al 42% en el 2000. Por el contrario, las tiendas han visto reducir su cuota de un 50% a un 33% en ese mismo período. Se trata de un cambio que tienen muchas consecuencias, pero una de las más importantes es que la cadena alimentaria se estrecha poderosamente en esta fase de la distribución. En efecto, las empresas de distribución se concentran en unas pocas empresas (Carrefour, Alcampo, Eroski, Mercadona, etc) de manera que una parte importante de los alimentos que consumen los españoles pasan por sus manos. El Grupo Carrefour, por ejemplo, tiene una cuota de mercado del 24%, lo cual significa que un cuarta parte de lo que se come en los hogares lo vende ésta empresa. Esta tendencia al monopolio no es deseable en ningún sector, pero menos aún en la alimentación ya que se trata de una actividad que hacen todas las personas a diario y que tiene importantes consecuencias sobre el tejido agrario, industrial y comercial, así como sobre la salud de los ciudadanos o la cultura gastronómica.

Estas empresas controlan la oferta porque al ser quienes más cantidades venden, los agricultores y agroindustrias dependen de sus lineales para vender sus productos, de manera que han de aceptar las condiciones que les impone la Gran Distribución en cuanto a la calidad, precio, o cantidad. Quienes no puedan ajustarse a estas normas, no entrarán en la cadena alimentaria de la gran distribución y quedarán excluidas del '*consumo de masas*'. Sanz Cañada indica que quedan fuera quienes no pueden integrar los elementos tecnológicos e informáticos necesarios para satisfacer fórmulas organizativas como '*Just-in-time*' (1997:390). Por el contrario, quienes las acepten suelen entrar a formar parte de '*Grupos empresariales*', esto es, empresas ligadas entre sí mediante relaciones financieras con un sólo centro de control. El caso más extremo de este control, son las '*marcas blancas*' o alimentos que llevan la marca del distribuidor. En estos

casos, el agricultor o agroindustria se compromete a elaborar un alimento de la manera y al precio que le impone la Gran Distribución. Aunque elabore otras marcas distintas, la dependencia de la industria es total. En la actualidad, en torno al 25% de los alimentos vendidos en España se comercializan como marca blanca.

La Gran Distribución no sólo ejerce un fuerte control de la oferta, también influye en la demanda de los alimentos. Al ser el propietario del lugar de compra, tiene una posición privilegiada para decidir que marcas poner en los lineales, a qué precio, donde situarlas, el tipo de ofertas, etc. De una manera sutil, la GD consigue orientar la elección de alimentos de los consumidores. De esta forma, la Gran Distribución es quien parece tener más poder en el Sistema Alimentario actual; es el elemento que tiene más éxito para imponer sus intereses a los otros elementos de la cadena.

Elecciones de compra de los consumidores

El consumidor es el último eslabón de la cadena alimentaria. Sus decisiones sobre el lugar de compra, el tipo de alimento, y la marca configuran todo el Sistema Alimentario porque *'tiran'* del resto de la cadena en unas direcciones concretas. Es el eslabón clave aunque no sea consciente de su poder porque actúa de manera individual y carece de una conciencia colectiva. Sus decisiones parecen inclinarse por acudir a los Supermercados, para adquirir *'marcas de confianza'* al menor precio posible.

El origen de estas elecciones es complejo. Por una parte proceden de la influencia que ejerce la industria alimentaria mediante la publicidad, y por otra de las estrategias de marketing que emplea la GD. La *'soberanía del consumidor'* resulta una falacia ya que se encuentra manipulado aunque no sea consciente de ello. Las elecciones del consumidor también proceden del estilo de vida que conlleva la sociedad actual. El menor tiempo disponible para cocinar por el acceso de la mujer al trabajo remunerado y el deseo de realizar muchas actividades, por ejemplo, facilitan el consumo de alimentos más transformados.

En consecuencia, la elección de compra que hacen muchos consumidores supone la exclusión de aquellos agricultores y agroindustria que no puedan o no quieren aceptar las exigencias de la Gran Distribución, o que no puedan elaborar los tipos de alimentos que *'demanda'* el consumidor.

5. Sistemas Alimentarios existentes

Los aspectos dinámicos anteriores orientan el aprovisionamiento de alimentos en España en una dirección preferente: hacia la concentración de las empresas que participan en la producción, transformación y distribución de alimentos. No obstante no todos los elementos de la cadena participan en dicha tendencia. En unos casos porque no pueden, y en otros porque no lo desean.

Algunos consumidores, por ejemplo, escogen abastecerse de alimentos mediante canales cortos de comercialización como pueden ser los mercados de agricultores o las asociaciones de consumidores. Este hecho hace pensar que tras este segmento de consumidores y tras este tipo de distribución puede existir también una manera específica de producir alimentos. Si fuera cierto, estaríamos frente a un Sistema Alimentario diferente, por ejemplo, al de la Gran Superficie.

La cuestión reside en determinar cuales son los rasgos para diferenciar los Sistemas Alimentarios que pueden existir. Aquí se propone tener en cuenta una serie de criterios que resultan importantes por las consecuencias socio-económicas, culturales, ambientales o nutricionales que tienen. El primer criterio es la dimensión productiva de los agentes económicos que ‘*tocan*’ el alimento en algún momento de la cadena (producción, transformación o distribución). El tamaño empresarial es importante porque tiene consecuencias socio-económicas. En general, las empresas de menor tamaño generan más empleo que las grandes, hacen un reparto más equitativo de la riqueza que se genera en la actividad económica, tienen relaciones sociales de producción más justas porque se basan en lazos familiares más que en relaciones asalariadas, y mantienen unas relaciones con otros agentes económicos de mayor equilibrio frente a las relaciones de dominación que tienen las de mayor tamaño.

Un segundo criterio son las técnicas de producción empleadas por el sector primario e industrial para la producción y transformación de los alimentos. Este criterio es importante por las consecuencias medioambientales que tiene. Algunas técnicas realizan un gasto energético más alto y/o contaminan el medio ambiente más que otras. En el caso del sector agrario, por ejemplo, existen explotaciones de tipo intensivo que hacen un gasto energético y tienen un impacto ambiental muy superior a las explotaciones que siguen las técnicas de la Agricultura Ecológica.

El siguiente criterio es la proximidad del alimento; el grado de cercanía de la producción y transformación respecto a su consumo. Los alimentos producidos y elaborados cerca del lugar de consumo favorecen el desarrollo de la economía local, preservan las variedades vegetales y animales, mantienen las especificidades gastronómicas, y reducen el gasto energético y emisiones contaminantes generados por el transporte

Tabla 1. Criterios para diferenciar los Sistema Alimentarios y consecuencias que tiene cada uno de ellos.

CRITERIO	CONSECUENCIAS			
	Socio-económicas	Culturales	Ambientales	Nutricionales-Sanitarias
Dimensión productiva	Las de menor tamaño permiten:			

	<ul style="list-style-type: none"> -un reparto más equitativo de la riqueza -una relación más equitativa con otros agentes económicos -unas relaciones sociales de producción más justas -generar más empleo 			
Técnicas de producción agropesqueras e industriales			Las técnicas que necesitan menos energía en el proceso de producción o transformación consumen menos recursos energéticos, y contaminan menos los recursos naturales	
Proximidad del alimento	Los alimentos producidos y transformados localmente favorecen el desarrollo de la economía local	Los alimentos producidos y transformados localmente mantienen las especificidades gastronómicas	Los alimentos producidos y transformados localmente reducen el gasto energético y emisiones contaminantes del transporte, y preservan las variedades locales	
Tipo de alimento			Los alimentos frescos requieren un menor gasto energético	Los alimentos frescos son mejores nutricionalmente
Vínculo con el alimento		Los alimentos frescos y/o de origen local son más próximos a la cultura gastronómica del consumidor		

Otro criterio importante es el tipo de alimento; si se trata de alimentos frescos o transformados.

El consumo de alimentos frescos es más indicado desde el punto de vista nutricional y sanitario porque permite ingerir todos los nutrientes naturales de los alimentos y se evita el consumo de grasas, azúcar, sal y diferentes aditivos que se incluyen en los alimentos procesados. Además los alimentos transformados requieren un gasto energético adicional para su elaboración.

Un último aspecto a tener en cuenta es el vínculo o relación del consumidor con el alimento. Los alimentos frescos o de origen local resultan próximos a la cultura gastronómica del consumidor, mientras que los alimentos nuevos y más procesados le son ajenos y necesitan ser presentados seduciendo al consumidor mediante la publicidad. Con los primeros alimentos, el consumidor tiene un vínculo o una experiencia más personal aunque a veces sea por el acercamiento y confianza que aporta el vendedor.

Una vez definidos los criterios que pueden caracterizar un Sistema Alimentario, el siguiente paso consiste en proponer una tipología de Sistemas Alimentarios y observar las características que presenta cada tipo ante cada uno de los criterios anteriores. Aquí se sugiere que existen tres tipos de Sistemas Alimentarios distintos en función del formato minorista. La hipótesis de esta propuesta es que el formato minorista guarda relación con otros elementos de la cadena alimentaria; que detrás de cada tipo de minorista existe un tipo explotación agraria, de industria alimentaria, y de consumidor. De esta manera, las distintas formas de vender alimentos al consumidor constituyen las *'puertas de salida'* de las distintas formas de producir y elaborar alimentos.

Las modalidades de establecimientos minoristas son muy variadas, pero pueden reducirse a tres grandes grupos:

- el Pequeño Comercio. Se incluyen los establecimientos con el formato de Tienda Tradicional (aquella que tiene un mostrador para atender al público) y algunos Autoservicios (aquellos que cuentan con 1 o 2 cajas registradoras y no son propiedad de grandes enseñas de distribución sino negocios familiares).
- la Gran Distribución. Se trata de grandes empresas que poseen distintos formatos comerciales (Supermercados, Hipermercados, Tiendas Descuento, y algunos Autoservicios). Estas empresas cuentan con numerosos establecimientos y por ello, concentran gran parte de la oferta y demanda de alimentos. A este grupo pertenecen empresas como Carrefour, Alcampo, Mercadona, Eroski, etc.
- el Canal Corto de Comercialización. Este grupo se refiere a los productores del sector primario que comercializan sus alimentos directamente al consumidor. Se incluyen formatos de comercialización variados como:
 - los mercados de agricultores. Sólo se incluyen aquellas ventas que realizan los propios productores, excluyéndose a los *'revendedores'* que se encuentran en estos mercados ya que serían una modalidad del grupo *'Pequeño Comercio'*.
 - las asociaciones de consumidores,

- las ventas en la explotación agraria. Aquí se incluyen las ventas de alimentos frescos o transformados, pero no las ventas en las instalaciones de la industria alimentaria a no ser que estén formadas por asociaciones de agricultores como es el caso de las cooperativas vinícolas o de aceite, y
- las ventas a domicilio. Sólo se incluyen las que realizan los propios agricultores, excluyéndose las que realizan los ‘*revendedores*’ o el reparto domiciliario que hacen algunas industrias o minoristas.

A continuación se describen las características que parecen presentar cada uno de estos grupos de minoristas ante los criterios anteriores. No ha habido ocasión de constatar dichas características, por lo que han de ser consideradas de manera hipotética.

El SA del Pequeño Comercio

El elemento configurador de este SA es el ‘*Pequeño Comercio*’ como lugar de compra de los alimentos. Se le considera ‘*pequeño*’ en un doble sentido: por el espacio dedicado a la venta de alimentos, y por el volumen de negocio (generalmente de carácter familiar). Es el SA que se ha ido configurando a lo largo del Siglo XX, y que tuvo un fuerte impulso en los años sesenta por la fuerte emigración a las ciudades y el menor autoconsumo de alimentos de la población española. Dentro de este SA podrían diferenciarse dos subsistemas en función del grado de especialización en la venta de alimentos. Por una parte estarían los establecimientos que venden alimentos frescos y envasados como las ‘*tiendas de ultramarinos*’. Este tipo ha tendido a asociarse en ‘*centrales de compra*’ con el fin de abaratar sus costes de aprovisionamiento y reducir los precios de venta al público. Empresas como IFA o SPAR son algunos ejemplos de este movimiento asociativo. Ha sido una estrategia para poder competir con los menores precios que ofrece la Gran Distribución para los alimentos procesados. Al concentrar la demanda obtienen una posición privilegiada frente a la oferta, la industria alimentaria, y han llegado a ‘*verticalizar la producción*’ mediante el lanzamiento de ‘*marcas blancas*’; alimentos con la marca de estas asociaciones estas cadenas. Este sub-sistema alimentario, el del Pequeño Comercio Generalista, vendría caracterizado por los siguientes rasgos:

- posición dominante, mediante las centrales de compra, sobre los elementos anteriores de la cadena alimentaria,
- un predominio de proveedores de pequeña y mediana dimensión
- la organización del trabajo se basa en el autoempleo familiar más que la asalarización,
- un mayor recurso a industrias de ámbito local

- el consumidor valora la confianza y el consejo que le brinda el comerciante,
- el consumidor paga más por estos alimentos pero gasta menos en alimentación porque sólo adquiere los alimentos que realmente necesita

Tabla 2. Características posibles de cada uno de los Sistemas Alimentarios propuestos

CRITERIO	Pequeño Comercio		Gran Distribución	Canales Cortos
	Generalista	Especializado		
Dimensión productiva	Variada	Variada	Grande	Pequeña
Técnicas de producción agropesqueras e industriales	Impacto mayor	Impacto menor	Impacto mayor	Impacto menor
Proximidad del alimento	Distante	Variada	Distante	Cercana
Tipo de alimento	Variado	Fresco	Variado	Fresco
Vínculo con el alimento	Proximo	Próximo	Distante	Próximo

El otro sub-sistema vendría formado por los comercios especializados en un alimento fresco o perecedero como las carnicerías, pescaderías, o fruterías³. En estos casos, y a diferencia del subsistema anterior, la industria alimentaria es un elemento de la cadena que apenas interviene. Este tipo de comercio no ha tendido a concentrar sus compras, por lo que se relacionan con un gran número de mayoristas en origen o en destino sin imponer sus criterios. Este sub-sistema, el del Pequeño Comercio Especializado, vendría caracterizado por los siguientes rasgos:

- como estos comercios se abastecen de numerosos mayoristas, la diversidad de alimentos que ofrecen es muy alta en cuanto a los lugares de acopio, y las variedades,
- un predominio de proveedores de pequeña y mediana dimensión
- un mayor recurso a proveedores de ámbito local
- la organización del trabajo se basa en el autoempleo familiar más que la asalarización,
- el consumidor valora la confianza y el consejo que le brinda el comerciante,

El SA de la Gran Distribución

Es el que se ha ido forjando a lo largo de los últimos veinte años como resultado de la influencia ejercida por los cinco elementos dinámicos comentados en el apartado anterior. Este SA se estructura a partir de las empresas propietarias de los Hipermercados, Supermercados, Tiendas Descuento y algunos Autoservicios. Los Hipermercados, aquellos establecimientos que cuentan

³ Las panaderías constituyen un caso especial, pues suelen vender en exclusiva la marca de una panificadora. Este tipo de comercio tendría que ser consideradas como un punto de venta controlado por la industria correspondiente.

con más de 2.500 m² de superficie de venta, suelen estar ubicados a las afueras de los núcleos urbanos y formando parte de un Centro Comercial. Por el contrario, los otros tres formados suelen estar más integrados en la ciudad; en sus diferentes barrios. Estas empresas tienen unos volúmenes de compra tan elevados que pueden relacionarse directamente con las industrias alimentarias sin la intermediación de empresas mayoristas. Además, tienden a relacionarse con las grandes industrias o grandes productores agrarios por ser los únicos que pueden cumplir las exigencias que impone la Gran Distribución en cuanto a cantidades, plazos y precios.

Los rasgos que caracterizan este SA son:

- posición dominante sobre los elementos anteriores de la cadena alimentaria y de los posteriores porque el empleo de técnicas de marketing les permiten '*orientar*' la demanda de alimentos,
- un mayor recurso a industrias y productores agropesqueros de mayor tamaño
- un mayor recurso a industrias y productores agropesqueros más distantes,
- se adquieren preferentemente alimentos procesados que frescos
- la organización del trabajo se estructura en base a la asalarización,
- una concentración o acaparamiento del gasto en alimentación al ser pocas enseñanzas las que controlan los establecimientos,
- el consumidor valora la variedad de referencias, y el ahorro de tiempo en la compra,
- el consumidor paga menos por los alimentos procesados pero puede gastar más en alimentación porque adquiere por impulso alimentos que no necesita

El SA de los Canales Cortos

Algunos actores de la cadena alimentaria no pueden o no quieren formar parte de los SA anteriores. Hay agricultores y ganaderos que, por ejemplo, prefieren vender sus productos directamente al consumidor. Este SA aglutina a todas las formas como el productor vende su producto, sin intermediarios, directamente al consumidor. Algunas de estas formas, como algunos mercados de agricultores, son tradicionales, mientras que otras formas, como las asociaciones de consumidores, son novedosas. En otros casos, se solapan viejas y nuevas modalidades de comercialización como la venta a domicilio de leche de vaca con la venta de cestas de verduras.

Los rasgos que caracterizan este SA son los siguientes:

- los alimentos tienden a ser frescos más que procesados,
- los alimentos frescos son de una notable diversidad vegetal y animal,
- la calidad de estos alimentos suele ser la mejor de todos los formatos de distribución,

- la organización del trabajo se basa en el autoempleo familiar más que la asalarización,
- los productores tienen un origen local,
- el consumidor valora la confianza y el consejo que le brinda el comerciante,
- el consumidor paga menos por los alimentos.

6. Conclusiones

En los párrafos iniciales de esta ponencia se indicaba que uno de los rasgos más sobresalientes del enfoque del Sistema Alimentario es que se interesa por conocer las consecuencias que tiene la forma de aprovisionarse de alimentos sobre procesos sociales globales. Esta ponencia ha presentado algunas reflexiones, más que resultados concluyentes, sobre los impactos que tiene cada uno de los Sistemas Alimentarios posibles sobre el modelo de ciudad, las relaciones sociales de producción, la concentración del poder, la distribución de la riqueza, el modelo de desarrollo económico, social y humano, el significado de las marcas, los alimentos y la comida, la cultura gastronómica, o el impacto ambiental. Todo parece indicar que el SA de la Gran Distribución ha ido adquiriendo cada vez más importancia en los últimos años pero es el menos sostenible social, económica y ambientalmente. Los consumidores, la sociedad civil, debe sensibilizarse ante este hecho y presionar a las instituciones públicas para que asuman su responsabilidad de velar por el interés colectivo.

Bibliografía

Sanz Cañada, J. (1997) "El Sistema Agroalimentario Español. Cambio estructural, poder de decisión y organización de la cadena alimentaria". En: Gómez Benito, C. y González, J.J. "Agricultura y sociedad en la España contemporánea". Madrid: MAPYA y CIS. Págs: 355-396