

EL SECTOR ENVASADOR DE ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA: TIPOLOGÍA

Yolanda PELAYO DÍAZ (pelayo@uhu.es)

M^a Jesús MORENO DOMÍNGUEZ (domin@uhu.es)

UNIVERSIDAD DE HUELVA

RESUMEN

Durante años, el sector envasador del aceite de oliva en España ha estado en las manos de las grandes multinacionales, en este artículo lo analizaremos a partir del análisis del origen del capital, así como del grado de concentración de las empresas que compiten en el mismo, con el fin de conocer cual es la intensidad de la rivalidad entre las empresas que lo componen y el tipo de sector.

PALABRAS CLAVE: concentración, sociedades cooperativas y grupos empresariales.

1. INTRODUCCIÓN

Las envasadoras autorizadas en España, que según datos del FEGA (Fondo Europeo de Garantía Agrícola) son 400, se pueden clasificar en dos grupos bien diferenciados:

- Las pertenecientes a los grandes grupos empresariales oleícolas, los cuales son objeto de estudio en el presente artículo, que presentan uno de los mayores grados de concentración del sistema agroalimentario.
- Y las envasadoras ligadas a almazaras, con gran parte de representación por parte del sector cooperativo, que a pesar de que en términos de cuota de participación ha mejorado, su presencia en el segmento del oliva virgen es mucho mayor, multiplicándose por tres el envasado desde 1989 hasta el año 2000, según datos de ANIERAC (Asociación de Industrias Envasadoras y Refinadoras de Aceites Comestibles).

El número de almazaras cooperativas ha descendido, pero no por un descenso en la actividad cooperativa sino como consecuencia de los procesos de concentración que se están produciendo como respuesta a los grandes grupos empresariales envasadores no cooperativos, con el fin de evitar así la competencia y la duplicidad de esfuerzos en las mismas zonas.

2. GRADO DE CONCENTRACIÓN

Para definir la estructura del mercado, siguiendo a Porter, una variable muy relevante es la concentración empresarial, concepto muy relacionado con el tamaño. Bueno Campos¹ lo define como la variable que “*explica la distribución de las partes del mercado entre empresas que compiten en el mismo sector o rama de actividad*”, por lo que con el índice de concentración podremos saber si una empresa o un grupo de empresas de un sector detenta/n o no poder en el mercado, el cual va a depender del tamaño de las empresas que lo integran.

Se dice que un sector está muy concentrado cuando pocas empresas copan una gran cuota de mercado, quedando el resto repartida entre los demás competidores, y es fragmentado si no ocurre esto.

La medida del grado de concentración se puede hacer de varias formas pudiendo agruparse los índices de medida en dos grandes grupos: concentración absoluta y concentración relativa.

Para medir el grado de concentración de la industria envasadora vamos a utilizar el índice Discreto y el índice de *Gini* respectivamente.

2.1. Índice Discreto

Este índice representa la proporción de la cifra de ventas o la cuota de mercado que poseen las mayores empresas del sector envasador.

Para el análisis de la concentración del sector envasador hemos realizado un estudio dinámico que abarca el período 1986-2000 ambos inclusive.

El Índice de Concentración (C_m) se ha realizado tanto desde una visión global para el conjunto de los aceites de oliva, como desagregado para cada uno de los tipos de aceites, con la finalidad de poder establecer comparaciones en ambos segmentos, y comprobar si para cada uno de ellos las industrias envasadoras siguen comportamientos diferentes.

Para el análisis hemos utilizado los volúmenes de venta expresados en cantidades físicas tomados de las estadísticas de la Asociación Nacional de industriales, Envasadores y Refinadores de Aceite de Oliva (ANIERAC).

¹ Bueno Campos, E. *Dirección estratégica. Metodología, técnicas y casos*. Pirámide, Madrid, 1991, p.88.

Los valores de m que hemos utilizado son 5, 10 y 20, originando los siguientes índices para cada segmento (total de aceites, aceite de oliva y aceite de oliva virgen), C₅, C₁₀ y C₂₀, que a continuación se detallan:

CUADRO 1: CONCENTRACIÓN DE LAS SOCIEDADES ENVASADORAS. TOTAL ACEITES DE OLIVA 1986-2000

AÑOS	1986	1987	1988	1989	1990
<i>Facturación de las 5 primeras sociedades (D)</i>	149.742,5	165.448,87	189.301,13	175.656,8	168.936,86
<i>Facturación 10 primeras sociedades (A)</i>	201.401,1	235.906,14	268.764,81	238.493,5	235.413,955
<i>Facturación 20 primeras sociedades (B)</i>	236.965,4	268.943,631	308.528,22	276.885,31	277.545,7
<i>Facturación Total del Sector Envasado (C)</i>	294.572,2	327.490,82	359.485,64	327.785,02	332.552,77
<i>C₅ (D)/(C) %</i>	50,83	50,52	52,66	53,59	50,8
<i>C₁₀ (A)/(C) %</i>	68,4	72,03	74,76	72,76	70,79
<i>C₂₀ (B)/(C) %</i>	80,44	82,12	85,82	84,47	83,46

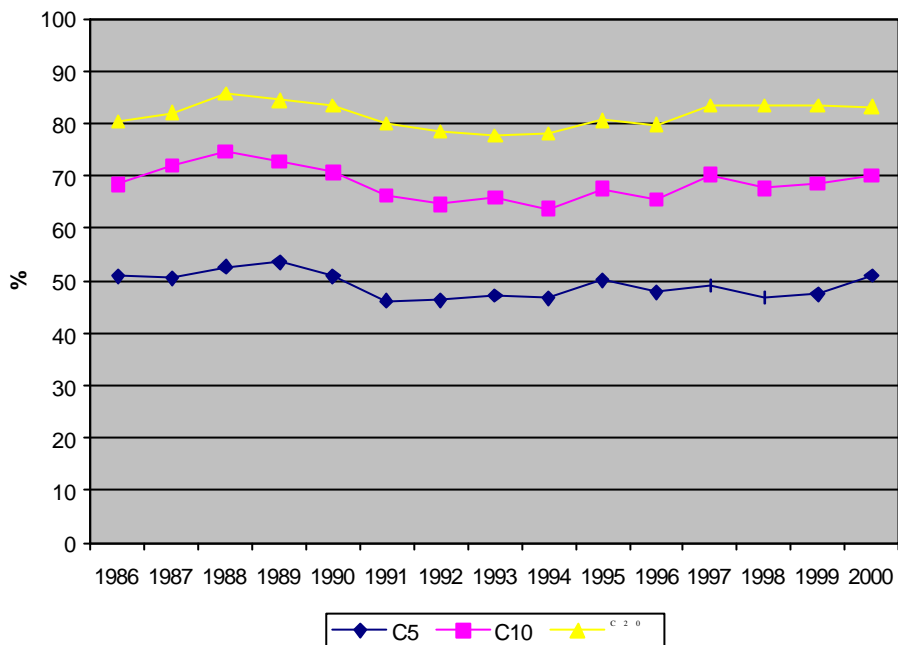
AÑOS	1991	1992	1993	1994	1995
<i>Facturación de las 5 primeras sociedades (D)</i>	173.570,98	185.633,47	182.602,17	188.162,03	178.302,49
<i>Facturación 10 primeras sociedades (A)</i>	249.254,9	259.324,2	254.766,9	257.409,3	240.336,1
<i>Facturación 20 primeras sociedades (B)</i>	301.389,4	315.143,4	300.004,2	314.892,7	286.744,2
<i>Facturación Total del Sector Envasado (C)</i>	376.105	400.777	386.089	403.089	355.607
<i>C₅ (D)/(C) %</i>	46,15	46,32	47,3	46,68	50,14
<i>C₁₀ (A)/(C) %</i>	66,27	64,70	65,99	63,86	67,61
<i>C₂₀ (B)/(C) %</i>	80,13	78,63	77,70	78,12	80,63

AÑOS	1996	1997	1998	1999	2000
<i>Facturación de las 5 primeras sociedades (D)</i>	112.559,79	183.555,13	194.239,8	169.069	179.467
<i>Facturación 10 primeras sociedades (A)</i>	154.259,2	262.371,238	280.013	244.522,2	247.325
<i>Facturación 20 primeras sociedades (B)</i>	188.086,4	311.606,316	345.995,1	298.015,1	293.188,9
<i>Facturación Total del Sector Envasador (C)</i>	235.520	373.043,557	413.685	356.740	352.160
<i>C₅ (D)/(C) %</i>	47,79	49,20	46,95	47,38	50,96
<i>C₁₀ (A)/(C) %</i>	65,5	70,33	67,68	68,54	70,23
<i>C₂₀ (B)/(C) %</i>	79,86	83,53	83,65	83,53	83,25

Volumen en miles de litros

Fuente: Elaboración Propia con datos de ANIERAC.

Gráfico 1: EVOLUCIÓN DE LOS ÍNDICES DE CONCENTRACIÓN DE LAS SOCIEDADES ENVASADORAS. Total aceites de oliva (1986/2000)



La evolución que ha tenido la industria envasadora desde el año 1986 hasta la actualidad (cuadro 1), en el que se ha analizado la cuota de mercado, se observa que se trata de un sector en el que el nivel de concentración es muy alto, pero con tendencia a permanecer estancado, se ve tanto en 1986 como en 2000, y esta concentración se ha ido incrementando en el sentido de que existen grupos que concentran una cuota de mercado mayor.

Como se observa en el cuadro 1 y el gráfico 1, la evolución de la tasa de concentración desde el período 1986 hasta 2000 de las cinco primeras empresas envasadoras, revela ligeros altibajos de un año a otro, sobre todo en los períodos 1991-1994, situándose C₅ en 1986 en el 50,83% y en 1997 en el 49,20% y en el 2000 en 50,96%. Esto significa que tan sólo cinco empresas controlan prácticamente la mitad² de las ventas del sector, que son Carbonell y Koipe, que pertenecen a un mismo grupo –SOS-Cuétara-, La Masía (antigua AGRA S.A.)

-Grupo MIGASA-, Aceites del Sur S.A., y Aceites Toledo, todos con capital nacional, lo que nos viene a expresar que la cuota del sector envasador de los aceites de oliva hoy en día está controlada por capital 100 por cien nacional.

² ANIERAC

La cuota de mercado de las 10 primeras sociedades en 1987 era del 72,03%, y en 2000 del 70,23%. Esto es una muestra del nivel de concentración del sector, en el que las 20 primeras empresas con respecto a las 10 primeras agrupan tan solo un poco más del 10%, el 82,12% y el 83,25% en 1997 y en el 2000, respectivamente.

CUADRO 2: CONCENTRACIÓN DE LAS SOCIEDADES ENVASADORAS DE ACEITE DE OLIVA 1986-2000 (Sólo aceite de oliva)

AÑOS	1986	1987	1988	1989	1990
<i>Facturación 5 primeras sociedades (D)</i>	149.310,42	164.249,2	188.100,3	173.111,06	166.725,17
<i>Facturación 10 primeras sociedades (A)</i>	200.655,03	230.416,49	265.060,96	235.479,87	232.746,73
<i>Facturación 20 primeras sociedades (B)</i>	235.007,6	263.086,28	304.408,21	272.888,96	274.022,632
<i>Facturación Total del Sector Envasador (C)</i>	285.476,2	314.281,71	347.886,2	317.785,02	321.826,72
<i>C₅ (D)/(C) %</i>	52,3	52,26	54,07	54,47	51,8
<i>C₁₀ (A)/(C) %</i>	70,29	73,32	76,19	74,27	76,59
<i>C₂₀ (B)/(C) %</i>	82,32	83,71	87,5	86,07	85,15

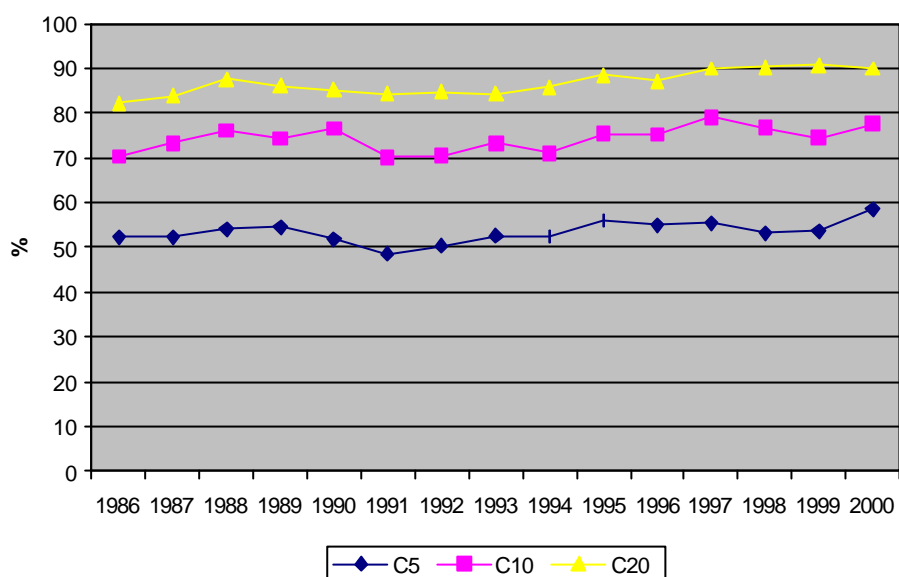
AÑOS	1991	1992	1993	1994	1995
<i>Facturación 5 primeras sociedades (D)</i>	170.886,97	183.227,36	180.287,52	184.939,3	174.850,89
<i>Facturación 10 primeras sociedades (A)</i>	245.895,8	256.319,5	251.424,6	250.285,3	235.729,1
<i>Facturación 20 primeras sociedades (B)</i>	295.554,7	308.316,3	289.540,1	302.286,8	276.289,6
<i>Facturación Total del Sector Envasador (C)</i>	350.758	363.921	343.256	352.728	312.485
<i>C₅ (D)/(C) %</i>	48,72	50,35	52,52	52,43	55,95
<i>C₁₀ (A)/(C) %</i>	70,10	70,43	73,25	70,96	75,44
<i>C₂₀ (B)/(C) %</i>	84,26	84,72	84,35	85,70	88,42

AÑOS	1996	1997	1998	1999	2000
<i>Facturación de las 5 primeras sociedades (D)</i>	109.687,65	179.472,931	187280,9	160217,9	166908,9
<i>Facturación 10 primeras sociedades (A)</i>	150.443	256.181,011	270558,9	222398,2	221590,7
<i>Facturación 20 primeras sociedades (B)</i>	174.046,1	291.155,229	318518,4	271088,5	256673,1
<i>Facturación Total del Sector Envasador (C)</i>	199.872	323.854,539	352795	298744	285193
<i>C₅ (D)/(C) %</i>	54,88	55,417	53,08	53,63	58,52
<i>C₁₀ (A)/(C) %</i>	75,27	79,103	76,69	74,44	77,69
<i>C₂₀ (B)/(C) %</i>	87,08	89,90	90,28	90,74	89,99

Volumen en miles de litros

Fuente: Elaboración Propia con datos de ANIERAC.

**Gráfico 2: EVOLUCIÓN DE LOS ÍNDICES DE
CONCENTRACIÓN DE LAS SOCIEDADES ENVASADORAS
DE ACEITE DE OLIVA (1986/2000)**



**CUADRO 3: CONCENTRACIÓN DE LAS SOCIEDADES ENVASADORAS DE ACEITE DE
OLIVA 1986-2000 (Sólo de aceite de oliva virgen)**

AÑOS	1986	1987	1988	1989	1990
<i>Facturación de las 5 primeras sociedades (D)</i>	432	1194,25	1200,8	2540,36	2211,6
<i>Facturación 10 primeras sociedades (A)</i>	745,9	5489,6	3703,75	3013,45	2667,06
<i>Facturación 20 primeras sociedades (B)</i>	2292,6	5857,36	4119,8	3996,1	3522,81
<i>Facturación Total del Sector Envasador (C)</i>	9084	12951	11600,44	10733	10718
<i>C₅ (D)/(C) %</i>	4,76	9,22	10,35	23,67	20,63
<i>C₁₀ (A)/(C) %</i>	8,2	42,39	31,93	28,08	24,88
<i>C₂₀ (B)/(C) %</i>	25,24	45,23	35,51	37,23	32,87

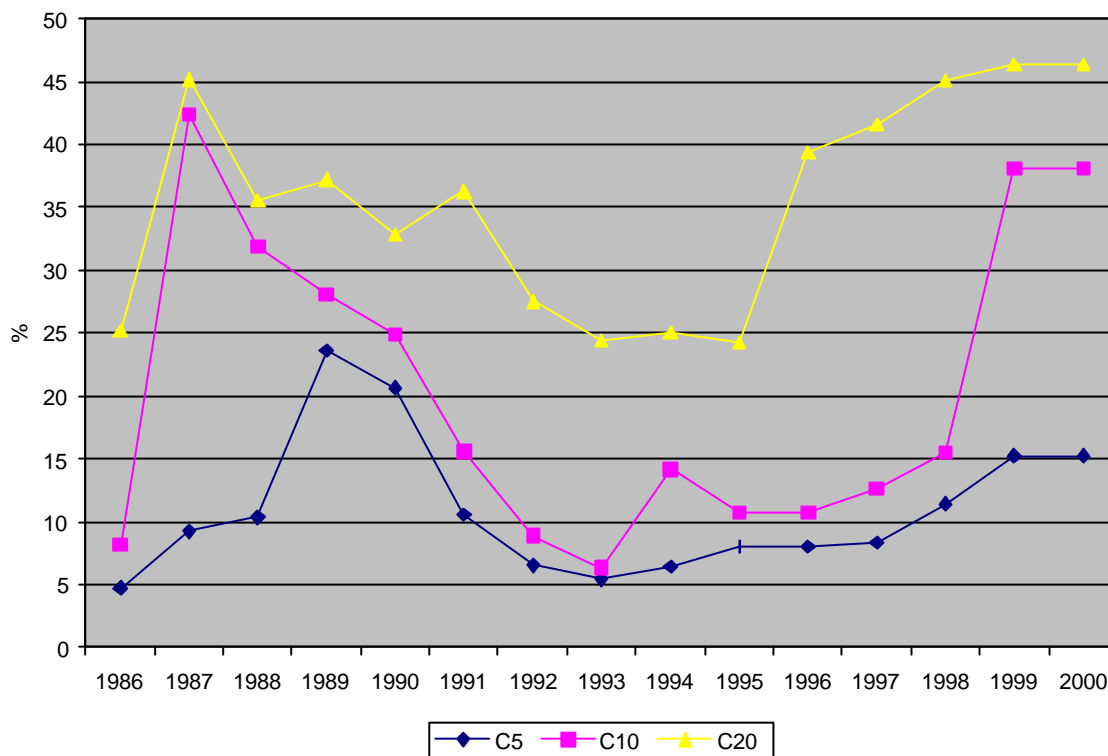
AÑOS	1991	1992	1993	1994	1995
<i>Facturación de las 5 primeras sociedades (D)</i>	2683,9	2406,16	2314,66	322,7	3451,6
<i>Facturación 10 primeras sociedades (A)</i>	3951,6	3274,35	2698,17	7124,06	4607,09
<i>Facturación 20 primeras sociedades (B)</i>	9198,29	10148,2	10464,1	12605,9	10454,6
<i>Facturación Total del Sector Envasador (C)</i>	25347	36856	42833	50361	43122
<i>C₅ (D)/(C) %</i>	10,59	6,5	5,4	6,4	8
<i>C₁₀ (A)/(C) %</i>	15,6	8,88	6,3	14,15	10,69
<i>C₂₀ (B)/(C) %</i>	36,29	27,53	24,43	25,04	24,26

AÑOS	1996	1997	1998	1999	2000
<i>Facturación de las 5 primeras sociedades (D)</i>	2872,1	4082,3	6958,7	8831,3	12558,4
<i>Facturación 10 primeras sociedades (A)</i>	3816,3	6190,3	9453,9	22124,1	25734,5
<i>Facturación 20 primeras sociedades (B)</i>	14020,1	20355,27	27476,9	26926,6	36516,9
<i>Facturación Total del Sector Envasador (C)</i>	35648	49189,018	60890	57996	66967
<i>C₅ (D)/(C) %</i>	8,06	8,3	11,42	15,22	18,75
<i>C₁₀ (A)/(C) %</i>	10,72	12,59	15,52	38,14	38,42
<i>C₂₀ (B)/(C) %</i>	39,4	41,58	45,12	46,42	54,52

.Volumen en miles de litros

Fuente: Elaboración Propia con datos de ANIERAC.

Gráfico 3: EVOLUCIÓN DE LOS ÍNDICES DE CONCENTRACIÓN DE LAS SOCIEDADES ENVASADORAS EN ACEITE DE OLIVA VIRGEN (1986/2000)



Al desagregar el cálculo de la tasa de concentración para cada uno de los segmentos productivos (el oliva y el oliva virgen), se observa que la tendencia de ambos segmentos es al alza, pero con un nivel de concentración mayor en el caso del oliva, llegando el C_{10} al 79,1% en 1997 y de un 77,69% en el 2000. (cuadro 2 y gráfico 2).

Sin embargo, en el segmento del oliva virgen el crecimiento es mucho mayor, pero el grado de concentración de las empresas envasadoras del oliva virgen es menor en el sentido que las diez primeras envasadoras tan solo copan, el 12,59% en 1997 y un 38,42% en el 2000, de la cuota de mercado, en contraste con el 79,1% del oliva en 1997 y el 77,69% del año 2000.(cuadro 3 y gráfico 3).

Este comportamiento tiene su explicación fundamentalmente, por dos razones:

- Porque este nicho de mercado no está controlado por los grandes grupos empresariales, sino por pequeñas empresas, algunas de ellas sociedades cooperativas de segundo grado e incluso de tercer grado.

- Este sector está mucho más atomizado, en el que muchas de las empresas que envasan son almazaras y sociedades cooperativas que han realizado procesos de integración hacia delante.

2.2. Índice de Gini

Otra medida numérica del grado de concentración es el índice de Gini que es³ “el área de la superficie limitado por la diagonal al cuadrado y por la curva de concentración, dividida tal superficie por el área del triángulo que tiene de lado aquella diagonal”

Para el cálculo del índice de Gini en el período estudiado nos hemos basado en una serie de datos calculados a partir de las estadísticas de ANIERAC.

Los índices de concentración o de Gini que se han obtenido son los que se presentan en la tabla adjunta:

INDICES DE CONCENTRACIÓN O DE GINI (1986-1999)

AÑOS	$P_i * Q_{i+1}$	$P_{i+1} * Q_i$	Índice de Gini
1986	1,7444	1,2463	0,498125
1988	1,7919	1,3120	0,4798
1990	1,4400	0,8925	0,547511
1992	1,6333	1,0975	0,5357
1994	1,6836	1,17939	0,504207
1996	1,7798	1,32212	0,45766875
1997	1,8474	1,4224	0,425047
1998	1,7981	1,3210	0,4771
1999	1,8257	1,4051	0,4196

Fuente: Elaboración propia

El índice de concentración que se ha obtenido no nos da una medida de concentración del total de las empresas del sector, sino nos va a medir cómo evoluciona en el tiempo (1986-1999) la tasa de concentración de los ocho grupos empresariales más representativos en el sector envasador del aceite de oliva.

El valor del índice de Gini oscila entre 0 y 1, tomaría el valor 0 cuando hay equidistribución y valor 1 cuando la curva de *Lorenz* sigue el eje de coordenadas del gráfico.

El año donde se refleja una tasa de concentración mayor es en 1990 $I_0=0,5475$, siendo por tanto el más alejado en la diagonal de la curva de *Lorenz*. Esto se explica porque en esta fecha es cuando el grupo Beghin Say se hace con Aceites Españoles S.A.⁴, copando en ese momento casi el 50% del total de la cuota de mercado de los aceites envasados, tasa que ha ido descendiendo en el tiempo debido a que el resto de las empresas más importantes que operan en el sector han ido ganado cuota en el mercado, como:

³ GARCÍA BARBANCHO, A. *Estadística elemental moderna*. Ariel economía, Barcelona, 1987, p.90.

⁴ Excepto con Vicente Salgado S.A.

Agribética, Aceites Toledo, Ybarra, Aceites del Sur, Borges, en detrimento del grupo Beghin Say (KOIPE).

3. ORIGEN DEL CAPITAL

En lo que se refiere al origen del capital, las primeras empresas del sector envasador están controladas por ocho grandes grupos (tablas 1 a 4) :

TABLA 1: PRINCIPALES GRUPOS EMPRESARIALES ENVASADORES DE ACEITE DE OLIVA EN EL PERÍODO 1986-89 (1000 litros)

GRUPO	SOCIEDADES	1986		1987		1988		1989	
			%		%		%		%
Aceites Españoles	-Carbonell y Cía de Córdoba	49.292,8	16,73	53.566,34	16,36	62.433,54	17,37	65.829,54	20,08
	-Aceites Elosua SA	23.011,96	6,93	25.239,26	7,706	29.839,37	7,719	16.943,3	5,169
	-Sotoliva SA	7.968,77	2,705	5.970,97	1,823	5.802,4	1,614	5.293,78	1,615
	-Industrias Pont	7.067,34	2,4	7.510,22	2,293	8.890,87	2,473	8.318,25	2,538
	-Aceites Vicente Salgado	2.616,25	0,89	2.494,07	0,761	6.048,24	1,682	-	-
	-Macisa	-	-	-	-	-	-	9.041,34	2,758
Total Grupo-----	89.955,36	30,54	94.780,86	28,94	113.014,42	30,86	105.426,21	32,16	
Ferruzzi	-Koipe SA	25.711,679	8,73	27.354,28	8,352	34.436,08	9,579	32.528,56	9,924
	-Salgado SA	24.104,66	8,18	26.529,54	8,1	29.839,37	8,301	24.676,7	7,528
	Total Grupo-----	49.816,39	16,9	53.883,82	16,45	64.275,45	17,88	57.205,26	17,452
Unilever	-Aceites Costa Blanca SA	27.621,44	9,38	32.759,04	10	38.844,75	9,693	29.137,79	8,889
	-José Guiu y Cía	2.692,88	1,26	3.724,86	1,137	4.685,98	1,304	4.707,76	1,436
	Total Grupo-----	30.314,32	10,63	36.483,9	11,14	43.530,73	11	33.845,55	10,32
Toledo	-Aceites Toledo SA	14.723,38	5	15.922,85	4,862	13.427,81	3,735	11.901,26	3,631
Ybarra	-Hijos de Ybarra SA	11.771,66	4	13.320,97	4,067	13.765,18	3,829	14.374,52	4,385
Guillén	-Olivarera Internacional	10.487,41	3,56	12.204,96	3,726	13.104,515**	3,645	10.576,3	3,227
Bunge	-Aceites Faiges SA	6.749,56	2,29	3.064,191*	0,935	4.263,13	1,186	3.447,7	1,052
Merco	-Coop.Uteco-Jaén	5.055,73	1,72	21.498,68	6,564	26.275,3	7,309	23.484,2	7,65

Fuente: Elaboración propia con datos de ANIERAC

*Aceites Bau SA (perteneciente al Grupo Faiges).

**Aceites del Sur S.A.

TABLA 2: PRINCIPALES GRUPOS EMPRESARIALES ENVASADORES DE ACEITE DE OLIVA EN EL PERÍODO 1990-94 (1000 litros)

GRUPO	SOCIEDADES	1990		1991		1992		1993		1994	
			%		%		%		%		%
Elosua (Grupo Beghin-Say)	-Carbonell y Cía de Córdoba	56.851,196	17,09	63.346,15	16,84	67.315,063	16,79	65.359,32	16,93	66.312,526	16,45
	-Aceites Elosua SA	14.199,355	4,27	16.344,95	4,34	15.619,1	3,89	14.787,35	3,83	10.247,016	2,54
	-Industrias Pont	8.779,366	2,64	*	*	*	*	*	*	3.742,204	0,93
	-Macisa	12.160,410	3,65	15.858,33	4,22	11.140,62	2,79	8.014,67	2,06	8.301,746	2,10
	Total Grupo-----	91.990,327	27,65	95.549,43	25,4	94.074,783	23,47	80.146,67	20,76	80.301,746	19,92
Ferruzzi (Grupo Beghin-Say)	-Koipe SA	32.374,838	9,735	34.460,25	9,162	38.021,163	9,486	35.048,73	9,077	34.031,505	8,44
	-Salgado SA	23.887,116	7,183	20.889,05	5,7	22.729,25	5,67	21.534,532	5,57	24.332,394	6,04
	Total Grupo-----	56.261,954	16,92	55.349,3	14,86	60.750,413	15,16	56.583,262	14,65	58.363,9	14,48
Unilever	-Agra SA	26.024,936	7,826	24.521,76	6,52	32.723,28	8,164	38.228,16	9,901	39.615,719	9,83
	-José Guiu y Cía	4.448,232	1,33	4.040,46	1,074	3.479,07	0,866	2.924,668	0,76	2.924,668	0,76
	Total Grupo-----	30.473,168	9,156	28.562,22	7,594	36.202,35	9,03	41.152,828	10,66	39.615,719	9,83
Frint	Agribética SA	-	-	-	-	-	-	3.266,742	0,846	9.770,134	2,42
Toledo	-Aceites Toledo SA	12.968,929	3,9	15.540,82	4,132	15.240,068	3,802	20.601,93	5,336	20.294,052	5,03
Ybarra	-Hijos de Ybarra SA	13.503,612	4,061	13.100,57	3,483	13.801,88	3,444	12.298,84	3,185	10.474,851	2,6
	-Aceites del Sur SA	13.644,790	4,103	15.440,93	4,105	17.889,102	4,46	14.763,586	3,824	16.420,94	4,07
Guillén	-Ideal SA	4.139,706	1,245	6.031,73	1,604	5.389,861	1,345	3.707,391	0,96	-	-
Borges	-Aceites Borges Pont SA	-	-	10.159,88	2,7	10.100,164	2,52	9.713,018	2,516	11.057,69	2,74
Merco	-Cop.Uteco-Jaén	29.798,773	8,961	29.752,124	7,91	24.844,717**	6,2	22.431,432	5,81	23.869,89	5,92

Fuente: Elaboración propia con datos de ANIERAC

*Pasa a formar parte del Grupo Borges, llamándose Aceites Borges Pont SA

**Ahora Coosur y pertenece al Grupo público Alycesa.

TABLA 3: PRINCIPALES GRUPOS EMPRESARIALES ENVASADORES DE ACEITE DE OLIVA EN EL PERÍODO

1995-97 (1000 litros)

GRUPO	SOCIEDADES	1995	1996	1997
		%	%	%
Elosua (Grupo Beghin-Say)	-Carbonell y Cía de Córdoba	64.395,551	41.781,193	71.722,53
	-Aceites Elosua SA	9.803,802	6.019,947	12.133,003
	-Industrias Pont			
	-Macisa	3.868,55	1.881,752	2.248,731
	Total Grupo-----	78.067,903	49.682,9	86.104,266
Ferruzzi (Grupo Beghin-Say)	-Koipe SA	29.177,434	16.879,587	23.406,036
	-Salgado SA	18.650,027	8.784,682	13.857,072
	Total Grupo-----	47.827,461	25.664,27	37.263,108
Unilever	-Agra SA	37.691,792	24.264,990	36.234,14
	-José Guiu y Cía			
	Total Grupo-----	37.691,792	24.264,990	36.234,14
Frint	Agribética SA	8.605,619	10.806,429	26.085,047
Toledo	-Aceites Toledo SA	23.216,096	16.691,963	26.107,378
Ybarra	-Hijos de Ybarra SA	8.459,878	6.780,941	13.704,177
Guillén	-Aceites del Sur SA	14.722,262	6.858,58	17.198,815
	-Ideal SA	-	-	-
Bunge	-Aceites Borges Pont SA	10.349,415	8.468,82	10.317,779
Borges	-Cop. Uteco-Jaén	23.821,615	12.942,059	21.923,040
Merco				

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ANIERAC

TABLA 4: PRINCIPALES GRUPOS EMPRESARIALES ENVASADORES DE ACEITE DE OLIVA EN EL PERÍODO

1998-2000 (1000 litros)

GRUPO	SOCIEDADES	1998	1999	2000
		%	%	%
Grupo Beghin-Say	Aceites Carbonell S.A.*	75887,6	61350,3	65928,5
	Koipe S.A.**	27494,3	31599,5	32398,96
	Aceites Elosua S.A.	17956,5	6502,4	4588,96
	Salgado S.A.	13773,4	6771,2	5988,5
	ACISA	2682,2	6749,4	-
	TOTAL.....	137794	112972,8	108904,9
			33,31	31,62
Unilever	Aceites La Masía S.A	38535,9	26164,22	35035,2
Grupo 3I	Agribética SA	31863,1	21892,5	13701,6
Toledo	-Aceites Toledo SA	20135,8	25829,8	22710,35
Ybarra/MiGASA	Ac eites Ybarra SA	13690,1	12725,2	10855,6
Guillén	-Aceites del Sur SA	20458,9	24105,4	23394,3
Borges	-Aceites Borges Pont SA	14023,3	11498,1	12114,9
ALYCESA	Aceites Coosur S.A.	19884,2	20168,03	22587,9

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ANIERAC

*Carbonell de Córdoba S.A. desde 1999.

**Koipe S.A. de Alimentación desde 1999.

Hasta el año 2000 se produjo en la estructura empresarial aceitera española un proceso de penetración progresiva de los grandes grupos multinacionales del aceite. Después de la incorporación de España a la Comunidad Europea, la entrada de capital y gestión extranjera se intensificó. La inversión en España de las multinacionales perseguía la compra de la correspondiente cuota del mercado. El único matiz diferencial respecto a épocas anteriores fue el predominio del capital europeo frente al de Estados Unidos; estábamos en un proceso de europeización del sector, y la estrategia que seguía la inversión extranjera se

basó en el control mayoritario de empresas, tomando posiciones en el mercado español por la vía de la adquisición de empresas ya establecidas, a partir de marcas y cuotas ya acreditadas. En este último año 2001, se ha recuperado la nacionalización del sector con la adquisición por parte del Grupo Agroalimentario SOS-Cuéstara del Grupo KOIPE, así como Aceites La Masía S.A. por parte del Grupo MIGASA.

La industria envasadora es la que presenta uno de los mayores grados de concentración del sistema agroalimentario

En 1986, aproximadamente la mitad del mercado español, estaba controlado por empresas de capital nacional: Aceites Españoles (Carbonell y Cía de Córdoba, Aceites Elosúa S.A. Sotoliva S.A, Industrias Pont, Aceites Vicente Salgado, Macisa), Aceites Toledo S.A., Hijos de Ybarra S.A., Guillén, Aceites Faiges S.A., Coop. Uteco-Jaén. Sin embargo en 1996 más de la mitad de ese mismo mercado del sector estaba controlado por empresas multinacionales, como el Grupo Beghin-Say⁵ (Elosúa y Ferruzzi), Unilever, Frint y por empresas de capital nacional como Aceites Toledo S.A., Aceites Ybarra S.A., Aceites del Sur S.A., Aceites Coosur, Borges Pont S.A., que tienen una cuota de mercado consolidada y están acometiendo actividades⁶ con el fin de mejorar su posición en el mercado.

En 1997 tan sólo cinco empresas controlaban casi la mitad del mercado nacional: Aceites Carbonell S.A., Agra S.A., Aceites Toledo S.A., Agribética S.A. y Koipe S.A., y las 10 primeras empresas (si se añaden las anteriores, Aceites Coosur S.A., Aceites del Sur S.A., Salgado S.A., Aceites Ybarra S.A. y Aceites Elosua S.A), concentraban más del 70% de las ventas totales; pero hay que decir que el grado de concentración es mayor, debido a que detrás de algunas de estas empresas está el mismo capital. El primer conglomerado mundial estaba compuesto por el grupo Beguin-Say⁷-de la multinacional francesa Eridania, hoy propiedad del Grupo SOS- Cuéstara, que controla un tercio de todos los aceites nacionales envasados, comercializador de aceite de oliva que oligopoliza el 33,06% de las ventas de todos los aceites envasados en 1997 y en el año 2000 el 30,92%, y dentro del mercado marquista sus referencias dominan en todos los segmentos⁸. Todas estas empresas están integradas bajo un mismo nivel de decisión empresarial y, en consecuencia tienen sus estrategias de producción y comerciales coordinadas.

⁵ Que controla tan solo él el 31% en 1996 del total de la cuota de mercado del sector de aceite de oliva total.

⁶ Ejemplo de ello es Hijos de Ybarra SA que se unió con MIGASA para obtener así mejoras en la materia prima y crearon Aceites Ybarra SA.

⁷ Formado por las empresas Koipe, Salgado, y el grupo Elosúa (Aceites Carbonell y Macisa), en realidad es el grupo Koipe.

⁸ *Andalucía Económica*. Septiembre.1997, p-16.

El segundo grupo lo ocupa otra multinacional Unilever que absorbe en torno al 10%⁹ en 1997, y el 9,95% en el 2000, con la empresa Agra S.A., tras la compra de La Masía, siendo ya en el año 2000 Aceites La Masía S.A, hoy propiedad del Grupo sevillano MIGASA, que junto con Hijos de Ybarra tienen creado Aceites Ybarra S.A.

En tercera posición se encuentra, Aceites Toledo S.A. que a finales del año 1997 tenía una cuota del 7,98%, esta empresa se halla en una fuerte línea de crecimiento tanto en marcas propias como en marca blanca, y tanto en el mercado interior como en la exportación. Pasando a ser en el año 2000 el cuarto grupo detrás de Aceites del Sur S.A. con una cuota de 6,64% frente al 6,45% de Aceites Toledo S.A.

El cuarto grupo lo ocupa otra multinacional Agribética SA con el 6,99%¹⁰ en 1997, perdiendo posiciones en el año 2000, situándose en el séptimo lugar con una cuota del 3,89%, este grupo dio un gran salto en España entrando en el mercado de aceites de oliva en 1993 con una cuota de mercado que no llegaba al 1%. Son especialistas casi exclusivos de las marcas blancas por sus bajos costes de producción, con lo que carecen de una marca propia, hoy adquirido por una Grupo alimentario portugués.

En quinta posición destaca la empresa pública Coosur recuperando cuota de mercado, copando el 6,41% en el año 2000 y actualmente en venta.

Teniendo en cuenta que lo anterior se refiere al aceite de oliva, si se considera tan solo el aceite de oliva virgen, la presencia de los grandes grupos empresariales es mucho menor, concentrando el primer grupo empresarial únicamente el 7,35%¹¹ en 1997, frente a casi el 15% del año 2000. En este segmento se va ganado terreno aunque no tan concentradas como en el segmento del aceite de oliva.

PRINCIPALES GRUPOS ENVASADORES DE ACEITE DE OLIVA (Oliva + virgen). Período 1996/00

Grupo	1996		1997		1998		1999		2000	
	Cuota de mercado (%)	Acum.	Cuota de mercado (%)	Acum.	Cuota de mercado (%)	Acum.	Cuota de mercado (%)	Acum.	Cuota de mercado (%)	Acum.
<i>Beghin-Say</i>	32	32	33,06	33,06	33,31	33,31	31,62	31,62	30,92	30,92
<i>Frint*</i>	4,59	36,59	6,99	40,05	7,7	41,01	6,13	37,75	3,89	34,81
<i>Unilever</i>	10,3	46,89	9,71	49,76	9,32	50,33	7,32	45,07	9,95	44,76
<i>Alicesa</i>	5,5	52,39	5,88	55,64	4,81	55,14	5,64	50,71	6,41	51,17
<i>Toledo</i>	7,09	59,48	7	62,64	4,87	60,01	7,23	57,94	6,45	57,62
<i>Guillén</i>	2,91	62,39	4,61	67,25	4,95	64,96	6,75	64,69	6,64	64,26
<i>Borges</i>	3,6	65,99	2,77	70,02	3,39	68,35	3,22	67,69	3,44	67,7
<i>Otros</i>	34,01	100	29,98	100	31,65	100	32,04	100	32,3	100

*En 1998 el accionariado pasa a manos del Grupo 3I.

Fuente: Elaboración propia a través de datos de ANIERAC (Varios años).

⁹ ANIERAC.

¹⁰ ANIERAC.

¹¹ ANIERAC.

Las envasadoras de tamaño intermedio, se enfrentan a grandes dificultades: disminución de la cuota de mercado por el incremento de las ventas de las grandes firmas, necesidad de buscar nichos de mercado, problemas estructurales, déficit de formación del capital humano, sobredimensionamiento de las plantas y altos costes financieros.

4. CONCLUSIÓN

En definitiva, se puede decir que el sector envasador se distribuye entre un alto número de empresas, pero el control del mercado lo tienen tan sólo unas pocas, siendo las líderes para el segmento del oliva: Koipe, Carbonell, La Masía, Toledo y Aceites del Sur. Sin olvidar que si tuviéramos en cuenta los grupos empresariales, el nivel de concentración se incrementaría considerablemente. Por tanto podemos decir que nos movemos en un sector con oligopolio de alta o moderada concentración, acentuándose aún más en el caso del oliva, en el que los grandes grupos empresariales buscan acaparar la mayor parcela de mercado posible mediante procesos de concentración, a través de adquisiciones de empresas ya establecidas con marcas y cuotas ya reconocidas.

5. BIBLIOGRAFÍA

- ALIMARKET. Informe Confidencial de Alimentación y Bebidas. Varios números.
- ANIERAC.
 - a) Estadísticas de las ventas de aceites envasados con marca en España, Madrid, febrero 1986.
 - b) Estadísticas de las ventas de aceites envasados con marca en España, Madrid, febrero 1987.
 - c) Estadísticas de las ventas de aceites envasados con marca en España, Madrid, febrero 1988.
 - d) Estadísticas de las ventas de aceites envasados con marca en España, Madrid, febrero 1989.
 - e) Estadísticas de las ventas de aceites envasados con marca en España, Madrid, febrero 1990.
 - f) Estadísticas de las ventas de aceites envasados con marca en España, Madrid, febrero 1991.
 - g) Estadísticas de las ventas de aceites envasados con marca en España, Madrid, febrero 1992.
 - h) Estadísticas de las ventas de aceites envasados con marca en España, Madrid, febrero 1993.
 - i) Estadísticas de las ventas de aceites envasados con marca en España, Madrid, febrero 1994.
 - j) Estadísticas de las ventas de aceites envasados con marca en España, Madrid, febrero 1995.
 - k) Estadísticas de las ventas de aceites envasados con marca en España, Madrid, febrero 1996.
 - l) Estadísticas de las ventas de aceites envasados con marca en España, Madrid, febrero 1997.

- m) Estadísticas de las ventas de aceites envasados con marca en España, Madrid, febrero 1998.
- n) Estadísticas de las ventas de aceites envasados con marca en España, Madrid, febrero 1999.
- o) Estadísticas de las ventas de aceites envasados con marca en España, Madrid, febrero 2000.
- ANTÚÑEZ, T. y MORALES, C. Proceso de internacionalización del sector aceitero español. Dos trayectorias opuestas: Elosúa y Koipe. *Boletín Económico del ICE*. Nº 2452, abril 1995, pp.9-14.
- CRESPO, A. Sector aceitero: empresas fuertes para competir en Europa. *Distribución y consumo*. Nº 3, 1992, pp.54-55.
- MILI, S. *Organización de mercados y estrategias empresariales en el subsector del aceite de oliva*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Serie Estudios, Madrid, 1996.
- PELAYO DÍAZ, Y. *Análisis estratégico del sector envasador de aceite de oliva en España. Recomendaciones para el subsector cooperativo*. Tesis doctoral, Universidad de Huelva, 2001.
- RODRÍGUEZ-ZÚÑIGA, M. y SANZ CAÑADA, J. Reestructuración y estrategias empresariales de la industria agroalimentaria. *Papeles de Economía Española*. Nº60-61, 1994, pp.252-263.
- VARGAS SÁNCHEZ A. y PELAYO DÍAZ, Y. La estrategia de internacionalización de las empresas españolas en el mercado mundial del aceite de oliva. Especial referencia a Latinoamérica. *Mercacei Magazine*, mayo-junio 2000, pp.179-186.