

La cadena agroalimentaria de Castilla-La Mancha

Víctor J. Martín Cerdeño
Universidad Complutense de Madrid

En Castilla-La Mancha, el mercado alimentario siempre ha sido una pieza estratégica para el conjunto de la economía regional. La *oferta* se identifica con una fuente de creación de valor añadido, generación de puestos de trabajo, redistribución de renta y, al mismo tiempo, almacén de actividades vinculadas a la agricultura, la ganadería, la industria y el sector servicios. Por otra parte, la *demanda* de este mercado asocia el consumo de alimentos y bebidas con una necesidad básica que se cubre atendiendo a distintas posibilidades de compra con sus correspondientes oportunidades y restricciones.

Los resultados de los operadores en el mercado alimentario de Castilla-La Mancha no dependen solamente de sus propias actuaciones, sino del modo en que interactúan en el canal y cómo quedan articuladas las funciones realizadas por cada uno de ellos. En este sentido, producción, industria, distribución, restauración y consumo adquieren una dimensión unitaria entendida como *cadena agroalimentaria*.

En la *cadena agroalimentaria castellanomanchega* confluyen agricultores y ganaderos con industrias de todo tipo (manipuladoras, procesadoras, auxiliares, transporte...); también aparece el sector servicios con las actividades comerciales (tanto mayoristas como minoristas) y con las actividades de restauración (tanto comerciales como institucionales); los decisores públicos también dedican recursos y esfuerzos a sus políticas para el conjunto de la cadena, y, finalmente, están los consumidores que demandan alimentos y bebidas para satisfacer sus necesidades.

Conforme a este planteamiento, se van a analizar los principales aspectos que configuran la cadena agroalimentaria de Castilla-La Mancha estableciendo una diferenciación entre el sector primario, la industria agroalimentaria, las actividades distributivas y de restauración, y los consumidores finales. El trabajo utiliza diferentes

fuentes estadísticas para calibrar la importancia y repercusión de cada uno de estos eslabones que, de forma conjunta, cuentan con el objetivo básico de generar un avance en el bienestar de la comunidad castellanomanchega.

Producción, primer nivel de la cadena alimentaria

El sector primario de Castilla-La Mancha cuenta con una relevancia notable en términos de producción y empleo. Con una aportación superior a los 2.530 millones de euros, alcanza el 6,7% del PIB regional y emplea a cerca de 60.000 personas (representan en torno al 8,9% del empleo total de la región).

La agricultura y la ganadería castellanomanchegas están teniendo durante los últimos años, a pesar de la contracción generalizada, un comportamiento estable aportando producción y empleo al conjunto de la economía regional y, al mismo tiempo, están desarrollando una importante vertebración social, sirviendo como refugio a personas provenientes de otras actividades.

La denominada usualmente como *Ley de la Cadena Alimentaria* (Ley 12/2013) marca una serie de preceptos aplicables al sector primario de Castilla-La Mancha: estacionalidad y atomización de la oferta, dispersión territorial y generación de empleos vinculados al medio rural. De una forma más concreta, en la Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrarias (INE, 2016a) se desgranaron algunos de los principales rasgos de la agricultura castellanomanchega:

En Castilla-La Mancha se registran cerca de 120.000 explotaciones agrarias con titularidad básicamente de personas físicas (95%). Menos de un 3% aparecen configuradas en sociedad mercantil y solo un 0,4% bajo cooperativa de producción.

La titularidad de las explotaciones agrarias se concentra en mayores de 50 años (un 82% del total),



El sector primario de Castilla-La Mancha cuenta con una relevancia notable en términos de producción y empleo. Con una aportación superior a los 2.530 millones de euros, alcanza el 6,7% del PIB regional y emplea a cerca de 60.000 personas (representan en torno al 8,9% del empleo total de la región)

mientras que las explotaciones bajo titularidad de menores de 35 años no llegan al 2%.

La superficie agrícola utilizada media por explotación alcanza las 34,3 hectáreas (la media nacional es de 24,7 hectáreas). No obstante, queda patente una clara atomización puesto que un 78% de las explotaciones de la región tienen menos de 30 hectáreas de superficie agrícola utilizada.

El aprovechamiento de las tierras labradas se focaliza sobre los cultivos herbáceos (78%); viñedo (11,4%) y olivar (8,7%) son usos que también resultan significativos en la superficie agrícola utilizada de la región.

La complementariedad de las tareas agrícolas con otras actividades que impulsan el desarrollo rural se vinculan, principalmente, al turismo (alojamiento y actividades de esparcimiento) y a la transformación de productos agrícolas (queso y vino, por ejemplo).

Desde la vertiente de la ganadería, destaca claramente la especialización de las explotaciones de ovino (35,4% sobre el total), aunque el ganado caprino (17,5%) y bovino (15,1%) también resultan representativos. Valorando la aportación al conjunto de la ganadería nacional, Castilla-La Mancha cuenta con un 5,9% de las cabezas de bovino, un 16,3% de ovino, un 5,5% de porcino y un 12,4% de aves.

El cuadro 1 resume las principales cifras del sector primario de Castilla-La Mancha reflejando, por

una parte, las producciones agrícolas más notables y, por otra, las explotaciones ganaderas con su repercusión en términos de producción de carne.

Cada vez se concede una mayor valoración significativa al origen de los alimentos; conocer la procedencia de los artículos que se adquieren y establecer una preferencia por lo cercano, lo conocido (identidad, cultura, tradición, autenticidad, trazabilidad). Los *canales cortos* son valorados por un segmento creciente de consumidores que interpretan que comprar alimentos directamente a los productores es más sencillo y barato y, sobre todo, una garantía de calidad y seguridad. En Castilla-La Mancha aparecen numerosos ejemplos de producciones de alimentos y bebidas que cuentan con una diferenciación basada en estas premisas de calidad y seguridad (Mercasa, 2015):

- > *Denominaciones de origen*: vinos (Almansa, Jumilla, La Mancha, Manchuela, Méntrida, Mondéjar, Uclés, Ribera del Júcar, Valdepeñas) y pagos (Calzadilla, Campo de Guardia, Casa del Blanco, Dehesa del Carrizal, Dominio de Valdepusa, Finca Élez, Guijoso, Florentino).
- > *Indicaciones geográficas protegidas*: carnes (Carne de Ávila, Cordero Manchego, Cordero Segureño), hortalizas (Ajo Morado de Las Pedroñeras, Berenjena de Almagro, Melón de La Mancha), turrónes, bollería y dulces (Mazapán de Toledo), harinas (Pan de Cruz de Ciudad Real) y vinos (Vinos de la Tierra de Castilla).
- > *Denominaciones de origen protegidas*: aceites (Campo de Calatrava, Campo de Montiel, Alcarria, Montes de Toledo), quesos (Queso Manchego), condimentos (Azafrán de La Mancha), jamones (Guijuelo), miel (Alcarria) y arroces (Calasparra).
- > *Especialidad tradicional garantizada*: Jamón Serrano.
- > *Marcas de calidad*: Aceite Campo de Hellín, Aceite Valle de la Alcudia, Aceite de la Asociación Sierra de Alcaraz, Cebolla de La Mancha, Cordero de la Alcarria, Cueva.
- > *Agricultura ecológica*: Productos de la Agricultura Ecológica de Castilla-La Mancha.

Industria agroalimentaria, aportación básica

La industria de alimentos y bebidas está configurada como otro eslabón esencial en la cadena agroalimentaria castellanomanchega. Su participación resulta fundamental en el proceso de transformación y canalización de alimentos y be-

CUADRO 1
AGRICULTURA Y GANADERÍA EN CASTILLA-LA MANCHA

Producción agrícola (miles de t)

CEREALES	
Trigo	558,4
Cebada	1.559,6
Avena	236,0
Centeno	20,8
Maíz	342,6
TUBÉRCULOS	
Patata	60,1
CULTIVOS INDUSTRIALES	
Remolacha azucarera	0,0
Girasol	89,8
CULTIVOS FORRAJEROS	
Alfalfa	987,6
HORTIFRUTÍCOLA	
Melón	225,4
Tomate	93,2
Ajo	101,1
Cebolla	713,0
VIÑEDO	
Uva de mesa	1,2
Uva de vinificación	2.909,9
Vino + mosto (miles de hl)	22.202,0
OLIVAR	
Aceituna de mesa	0,5
Aceituna de almazara	331,4
Aceite	68,1

Número de explotaciones ganaderas

BOVINOS	2.286
OVINOS	5.347
CAPRINOS	2.651
PORCINOS	942
EQUINOS	2.025
AVES	1.673
CONEJAS MADRES	194

Producción de carne (t)

BOVINO	44.172
OVINO	17.290
CAPRINO	932
PORCINO	302.880
AVÍCOLA	29.880
CUNÍCOLA	4.918

Fuente: Elaboración propia con datos de Mercasa (2015) y MAGRAMA (2016a).

bidas desde los productores (agricultura y ganadería) hasta las empresas de distribución comercial que luego venden a los consumidores. Al

mismo tiempo, su aportación al conjunto de la economía regional también resulta relevante en términos de producción y empleo.

La industria agroalimentaria castellanomanchega es un sector que está contando con un comportamiento más favorable que el conjunto de la economía y que el sector secundario regional. En este sentido, ha conseguido mantener su volumen de ventas, estabilizar las cifras de empleo y, por tanto, configurarse como un sector básico dentro de la economía de la comunidad autónoma.

En Castilla-La Mancha, la industria de alimentación y bebidas es la primera rama industrial, representando el 31,7% de las ventas netas de producto, el 25% de las personas ocupadas, el 23,8% de las inversiones netas en activos materiales y el 22,6% del valor añadido. El tejido empresarial de esta rama de actividad supone el 19,3% del total de empresas del sector industrial regional. Cuenta con 2.355 empresas (1.851 dedicadas a la industria de la alimentación y 504 orientadas a la fabricación de bebidas) que dan empleo a 21.750 trabajadores, con 6.450 millones de euros en ventas netas y 1.228 millones de euros de valor añadido. Un 86,6% de estas empresas tiene menos de 10 trabajadores; de forma concreta, un 62,5% cuenta con menos de tres trabajadores y tan solo dos empresas de la región superan los 500 empleados.

El análisis por subsectores pone de manifiesto la importancia de la industria cárnica, que representa un 24,5% del empleo, un 28,9% de las ventas netas y un 20,3% de la inversión neta del total del sector de alimentación y bebidas. También destacan los sectores relacionados con el vino (12,5% del empleo, 17,7% de las ventas netas y 31% de las inversiones netas) y las industrias lácteas (12,7% del empleo, 16,3% de las ventas netas y 17,7% de las inversiones netas). En este contexto, la industria de alimentos y bebidas se ha convertido en un operador regional esencial que genera enlaces tanto con el sector primario (agricultura y ganadería) como con las empresas de distribución. Así pues, la industria agroalimentaria de Castilla-La Mancha interactúa con el resto de miembros del canal, buscando aumentar su competitividad en un entorno global, responder a las demandas de los consumidores y, al mismo tiempo, apostar por la innovación. Cabe destacar, además, que muchos de los productos más representativos del sector agroalimentario de Castilla-La Mancha tienen un peso relativo destacado en las exportaciones españolas, tanto de materias primas –cereales, oleagi-

CUADRO 2

PRINCIPALES CIFRAS DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA DE CASTILLA-LA MANCHA

	Empleo		Ventas netas		Inversiones netas		Valor añadido/ ocupado (miles euros)	Excedente de explotación (millones euros)	Margen bruto (%)
	Ocupados	%	Millones euros	%	Millones euros	%			
Industrias cárnicas	5.322	24,5	1.869	28,9	35	20,3	54	131	7
Transformación de pescado	280	1,3	92	1,4	0	0,2	39	5	5
Conservas de frutas y hortalizas	1.234	5,7	304	4,7	5	2,8	33	10	3
Grasas y aceites	935	4,3	464	7,2	13	7,5	53	27	6
Industrias lácteas	2.771	12,7	1.053	16,3	30	17,7	62	92	9
Productos molinería	325	1,5	186	2,9	-7	-3,8	33	1	1
Pan, pastelería y pastas alimenticias	3.674	16,9	255	3,9	2	1,0	28	35	14
Azúcar, chocolate y confitería	1.109	5,1	210	3,3	3	1,8	45	21	10
Otros productos diversos	947	4,4	140	2,2	4	2,6	42	18	13
Productos alimentación animal	648	3,0	381	5,9	8	4,5	65	21	6
Vinos	2.714	12,5	1.148	17,7	53	31,0	82	146	13
Otras bebidas alcohólicas	1.003	4,6	233	3,6	24	14,0	115	55	24
Aguas y bebidas analcohólicas	784	3,6	132	2,0	1	0,3	104	50	38
TOTAL INDUSTRIA ALIMENTARIA	21.748	100,0	6.468	100,0	172	100,0	56	612	9
	87.076		20.390		722		62	2.715	13

Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría General de Fomento Industrial e Innovación (2016).

nosas, etc.– como de alimentos y bebidas listos para consumir: vinos, aceites de oliva, quesos, carnes, etc.

El cuadro 2 resume las principales variables de la industria agroalimentaria regional, estableciendo un desglose en las distintas actividades que, al mismo tiempo, permite una comparación sectorial.

Comercio y restauración, pilares del sector servicios

Los intermediarios de la cadena agroalimentaria de Castilla-La Mancha han estado sumidos en un proceso de continua adaptación durante los últimos años. La necesidad de responder a los cambios en la demanda y la continua irrupción de innovaciones tecnológicas han determinado la aparición de nuevas ideas y concepciones comerciales o la reorientación de las formas establecidas. Las formas comerciales mayoristas y las formas comerciales minoristas han experimentado un importante proceso de transformación en la región.

La *comercialización mayorista* adquiere en Castilla-La Mancha una especial importancia en la

cadena agroalimentaria (y muy particularmente en los productos alimentarios no elaborados y materias primas agrarias). El mercado mayorista se configura como un centro concurrencial en el que operan diversos agentes económicos vinculados con la producción, el comercio y el consumo.

En Castilla-La Mancha no hay instalada ninguna de las 23 unidades alimentarias que tiene operativas Mercasa, pero los efectos de algunas de ellas son muy importantes sobre la estructura comercial de la región. El caso más claro se observa con Mercamadrid, cuyo radio de acción se extiende a las provincias limítrofes, y, por tanto, afecta significativamente a Guadalajara y Toledo (también al resto de provincias de la comunidad). La forma comercial usualmente denominada *cash and carry* (paga y lleva) también ha tenido una incidencia reseñable en el panorama distributivo de la región. El autoservicio mayorista ha seguido una evolución bastante similar a la tendencia del conjunto del país. Por un lado, ha ido disminuyendo el número de establecimientos y, por otro lado, ha aumentado la superficie de venta. En cuanto a las enseñas que operan en la comunidad autónoma, conviene apuntar el importante peso que tienen las empresas regionales

(por ejemplo, Conaco, Sánchez Vázquez Hnos., Teógenes Ruiz o Luis Piña).

El *comercio minorista* realiza labores de intermediación para que los productos que han sido adquiridos al fabricante o al mayorista lleguen al consumidor final en el lugar, en el momento y en la cantidad adecuadas para su compra. No cabe duda de que las formas comerciales minoristas se han convertido en uno de los pilares de la economía de servicios de la comunidad autónoma, salvando la notable dispersión territorial de los municipios y la reducida densidad poblacional.

Dentro del sistema distributivo de Castilla-La Mancha, el protagonismo en la comercialización minorista de alimentación perecedera (frutas, hortalizas, pescados y carnes) se ha venido vinculando tradicionalmente al comercio especializado (incluyendo en este apartado la importante aportación de los mercados municipales). Sin embargo, en los últimos años se ha reconfigurado la estrategia comercial de los grandes grupos de distribución que también ofertan, de manera competitiva, alimentación fresca.

La reconfiguración del *poder* en la cadena agroalimentaria de Castilla-La Mancha ha supuesto que la *capitanía del canal* haya virado a favor de la distribución (*gran distribución*), que ha esgrimido sus potencialidades para conseguir una posición ventajosa en las negociaciones con el resto de intermediarios (especialmente productores). Marcas del distribuidor, plantillas de negociación,

plazos de pago o condiciones de entrega y reposición son algunos ejemplos de estas *relaciones verticales*. De forma específica para la alimentación fresca, la competencia de la oferta se ha elevado notablemente y, por tanto, han aparecido estrategias y prácticas de promoción, publicidad o merchandising en estas familias de productos en todos los establecimientos o fórmulas de comercialización.

En esta comunidad autónoma se contabilizan 26.162 locales comerciales minoristas, según los datos del *Directorio Central de Empresas* (INE, 2016b). Los establecimientos especializados en la distribución de alimentación y bebidas se cifran en 4.952. Castilla-La Mancha cuenta con 1.151 supermercados y 22 hipermercados, que en conjunto alcanzan una superficie de venta de 545.703 m² y una densidad comercial de 265 m² por cada 1.000 habitantes (Alimarket, 2016). La venta ambulante y en mercadillos alcanza a 2.052 actividades, un 5,1% sobre el total nacional.

Entre los 1.123 establecimientos de libre servicio localizados en Castilla-La Mancha, destaca la participación en la superficie de venta de Mercadona (18,9%) y Dia (16,5%). Al mismo tiempo son significativos Ecomora (8,9%), AhorraMas (8%) y HD Covalco (5%). Estas cinco enseñas concentran un 57,3% de la superficie de venta regional.

Finalmente, el cuadro 3 recoge algunas cifras sobre la situación del comercio en Castilla-La Mancha. Por una parte, detalla las empresas y locales para actividades tanto mayoristas como minoristas conforme al *Directorio Central de Empresas* (INE, 2016b). Y, por otro lado, desglosa la situación de los establecimientos de libre servicio en cuanto a tipología, número y superficie.

Complementando al comercio minorista, los establecimientos de restauración también cubren las necesidades de alimentación y, por tanto, el fenómeno de la *oferta extradoméstica de alimentos y bebidas* está plenamente integrado en la cadena agroalimentaria de Castilla-La Mancha: *restauración comercial* (cafeterías, bares, restaurantes independientes, restauración organizada, hoteles y consumo nocturno) y *restauración colectiva y social* (comedores de empresa, colegios, hospitales, cuarteles, residencias...).

El sector de la restauración tiene pre-



PREMIOS GRAN SELECCIÓN

2016 EDICIÓN XXVII

ALIMENTOS DE CASTILLA-LA MANCHA



Un galardón que supone el máximo reconocimiento de Castilla-La Mancha a los productos de nuestra Región, premiando la calidad y saber hacer de los profesionales que nos hacen disfrutar de una variedad de texturas, aromas y sabores que despiertan **grandes sensaciones**.

Los productos premiados pertenecen a las figuras de calidad reconocidas para vino, queso, aceite de oliva, miel, azafrán, jamón serrano, berenjena, melón, ajo, cordero, carne de caza y pan de cruz.



CUADRO 3
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN CASTILLA-LA MANCHA

Empresas y locales del sector comercial

	Empresas	Locales
46 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas	8.064	9.542
461 Intermediarios del comercio	1.748	1.811
462 Comercio al por mayor de materias primas agrarias y de animales vivos	698	808
463 Comercio al por mayor de productos alimenticios, bebidas y tabaco	1.995	2.366
467 Otro comercio al por mayor especializado	1.551	1.954
469 Comercio al por mayor no especializado	220	266
47 Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	21.942	26.162
471 Comercio al por menor en establecimientos no especializados	2.747	3.669
472 Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	4.527	4.952
478 Comercio al por menor en puestos de venta y en mercadillos	2.045	2.052

Formatos de libre servicio

	Establecimientos de libre servicio		Aperturas 2015	
	Número	m ²	Número	m ²
AUTOSERVICIOS	725	135.123	64	11.292
SUPERMERCADOS	376	339.810	11	9.993
Supermercado 400-999 m ²	232	150.482	5	3.292
Supermercado desde 1.000 m ²	144	189.328	6	6.701
HIPERMERCADOS	22	70.770	1	2.880
Hipermercado hasta 4.900 m ²	8	17.445	1	2.880
Hipermercado desde 5.000 m ²	14	53.325	–	–
TOTAL DISTRIBUCIÓN LIBRE SERVICIO	1.123	545.703	76	24.165

Fuente: Elaboración propia con datos de INE (2016) y Alimarket (2016).

sencia en el contexto de las actividades económicas de la región y genera una aportación básica al segmento terciario. En este entorno, el sector Horeca de Castilla-La Mancha ha reorientado algunas de sus actuaciones hacia los clientes (por ejemplo, precios, menús, características del local o atención del personal). La restauración se acerca al cliente (reservas online y localizaciones estratégicas), flexibiliza su oferta (menús variados para niños, consumidores con problemas de salud), ofrece la opción de *llevar a casa* a un precio atractivo (*take away*) y facilita un servicio rápido y profesional (de manera cada vez más frecuente con trabajadores regionales).

En Castilla-La Mancha se registran 10.742 establecimientos orientados a prestar servicios de comidas y bebidas. De forma concreta se contabilizan 2.023 restaurantes y 8.225 bares. La provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas se realiza en 494 establecimientos.

El consumidor final de alimentos y bebidas

El último eslabón de la cadena agroalimentaria son los consumidores, sobre los que revierte el funcionamiento del resto de operadores. En Castilla-La Mancha se superan los 2 millones de habitantes, que representan un 4,4% de la población nacional y un 4,3% del total de hogares.

El mercado alimentario se compone de una amplia variedad de alimentos y bebidas sobre los que existen distintas consideraciones sociales, económicas o culturales que repercuten en su demanda. El consumo de alimentos y bebidas presenta notables particularidades conforme a las características de los hogares castellanomanchegos.

En un contexto de recesión económica, el consumidor de Castilla-La Mancha ha seguido gastando una cantidad significativa en la partida de alimentación. Así pues, el precio, la renta y la demanda resultan primordiales para configurar la

CUADRO 4
ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA (HOGARES)

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
Huevos	15,99	1,3	-12,8
Carne	308,54	24,3	-5,9
Pesca	171,41	13,5	-14,7
Leche	58,55	4,6	12,5
Derivados lácteos	93,36	7,3	-26,1
Pan	85,22	6,7	0,5
Bollería, pastelería, galletas y cereales	52,27	4,1	-16,9
Chocolates y cacao	20,01	1,6	-18,7
Aceite	22,97	1,8	-30,9
Vino	9,70	0,8	-58,2
Cervezas	21,62	1,7	-0,5
Zumo y néctar	7,98	0,6	-16,8
Patatas	16,31	1,3	-27,8
Hortalizas frescas	74,97	5,9	-24,2
Frutas frescas	102,79	8,1	-23,2
Frutos secos	14,26	1,1	-31,0
Frutas y hortalizas transformadas	22,93	1,8	-18,2
Platos preparados	41,76	3,3	-21,4
Cafés e infusiones	16,28	1,3	-32,9
Agua mineral	10,24	0,8	-13,1
Bebidas refrescantes y gaseosas	38,04	3,0	8,6
Otros productos	66,70	5,2	-24,8
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.271,92	100,0	-15,4

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2016b).

cesta de la compra de muchos hogares. El gasto medio por hogar asciende en la región, conforme a los últimos datos disponibles, a 24.385 euros, mientras que en términos per cápita se estima en

9.392 euros (INE, 2016c). Sobre estas cifras, el gasto en productos de alimentación representa un 14%; en bebidas no alcohólicas, un 1,1%, y en bebidas alcohólicas, un 0,5% –estas cifras son bastante similares a la media nacional, 13,8%, 1,1% y 0,6%, respectivamente–.

Tomando como referencia las estadísticas publicadas en los *Paneles de Consumo Alimentario* (MAGRAMA, 2016), Castilla-La Mancha registró un gasto per cápita en alimentación de 1.272 euros. Carne (24,3%), pescado (13,5%), frutas frescas (8,1%), derivados lácteos (7,3%), pan (6,7%), hortalizas frescas (5,9%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,1%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total, tal y como refleja el cuadro 4.

Notas finales

La crisis económica, y la consiguiente reestructuración sectorial, ha servido para poner en va-



La agricultura de Castilla-La Mancha se caracteriza por la estacionalidad y atomización de la oferta, su dispersión territorial y la búsqueda de empleos complementarios que estén vinculados al medio rural. Desde la vertiente de la ganadería destaca claramente la especialización de las explotaciones de ovino, aunque el ganado caprino y bovino también resultan representativos

lor actividades básicas para Castilla-La Mancha. Alimentación, agricultura, ganadería, industria agroalimentaria, canales comerciales, precios, comercio, desperdicio alimentario, relación entre los miembros de la cadena alimentaria o sector de la restauración han sido temas recurrentes durante los últimos años. Como resultado se ha aceptado que la cadena agroalimentaria resulta estratégica dentro de cualquier economía, puesto que su correcto funcionamiento mejora la productividad y permite alcanzar mayores niveles de empleo y de bienestar (Ley 12/2013, de 2 de agosto, de Medidas para mejorar el funcionamiento de la Cadena Alimentaria).

Este trabajo se ha centrado en revisar los principales elementos de la cadena agroalimentaria de Castilla-La Mancha, diferenciando entre sector primario, industria agroalimentaria, sector comercial y restauración y, finalmente, consumidores:

- > La agricultura de Castilla-La Mancha se caracteriza por la estacionalidad y atomización de la oferta, su dispersión territorial y la búsqueda de empleos complementarios que estén vinculados al medio rural. Desde la vertiente de la ganadería destaca claramente la especialización de las explotaciones de ovino, aunque el ganado caprino y bovino también resultan representativos.
- > La industria agroalimentaria castellanomanchega es un sector que está contando con un comportamiento más favorable que el conjunto de la economía y que el sector secundario

regional. Por subsectores destaca la importancia de la industria cárnica, que representa un 24,5% del empleo, un 28,9% de las ventas netas y un 20,3% de la inversión neta del total del sector de alimentación y bebidas.

- > La comercialización mayorista adquiere en Castilla-La Mancha una especial importancia en la cadena agroalimentaria (y muy particularmente en los productos alimentarios no elaborados y materias primas agrarias). Por otra parte, los minoristas y sus establecimientos comerciales se convierten en el último eslabón para enlazar con los consumidores y, por tanto, son una pieza fundamental del proceso distributivo; sus actuaciones engloban una función material, psicológica, económica, social y de adecuación espacial y temporal.
- > Los establecimientos de restauración también han cubierto las necesidades de alimentación y, por tanto, el fenómeno de la oferta extradoméstica de alimentos y bebidas está plenamente integrado en la cadena agroalimentaria de Castilla-La Mancha (restauración comercial y restauración colectiva y social).
- > Finalmente, los consumidores tienen que desenvolverse en un mercado alimentario compuesto por una amplia variedad de alimentos y bebidas sobre los que existen distintas consideraciones sociales, económicas o culturales que repercuten en su demanda. El consumo de alimentos y bebidas presenta notables particularidades conforme a las características de los hogares castellanomanchegos. ■

▼ Referencias bibliográficas

- ALIMARKET (2016): "Informe 2016 del sector de distribución alimentaria en Castilla-La Mancha y Extremadura", *Alimarket*, nº 303, Marzo 2016.
- CASARES, J.; ARANDA, E.; MARTÍN, V.J.; CASARES, J. (2013): *Distribución Comercial, 4ª edición*, Thomson Reuters, Madrid.
- CASARES, J. y MARTÍN, V.J. (2015): "Convergencia de formatos comerciales", *Distribución y Consumo*, nº 136, p. 5-16. Disponible en http://www.mercasa.es/files/multimedios/1425469332_Convergencia_de_formatos_comerciales.pdf. Consultado el 31 de mayo de 2016.
- INE (2016a): *Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrarias*, Instituto Nacional de Estadística.
- INE (2016b): *Directorio Central de Empresas*, Instituto Nacional de Estadística.
- INE (2016c): *Encuesta de Presupuestos Familiares, base 2006*, Instituto Nacional de Estadística. <http://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=1998&capsel=2003>. Consultado el 31 de mayo de 2016.
- LEY 12/2013, de 2 de agosto, de Medidas para mejorar el funcionamiento de la Cadena Alimentaria. Disponible en <http://www.boe.es/boe/dias/2013/08/03/pdfs/BOE-A-2013-8554.pdf>. Consultado el 31 de mayo de 2016.
- MAGRAMA (2016a): *Encuesta sobre Sacrificio Ganadero*, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- MAGRAMA (2016b): *Paneles de Consumo Alimentario*, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- MAGRAMA (varios años): *Paneles de Consumo Alimentario*, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- MARTÍN, V.J. (2014): "Treinta claves del mercado alimentario. Pasado, presente y futuro", *Distribución y Consumo*, nº 131, p. 5-21. Disponible en http://www.mercasa.es/files/multimedios/1394734844_Treinta_claves_del_mercado_alimentario_5-21.pdf. Consultado el 31 de mayo de 2016.
- MARTÍN, V.J. (2014): "Consumo de alimentos y bebidas en España. Datos recientes y tendencias en hogares, hostelería y restauración", *Distribución y Consumo*, nº 132, p. 5-11. Disponible en http://www.mercasa.es/files/multimedios/1401808433_Consumo_de_alimentos_y_bebidas_en_Espana_p5-p11.pdf. Consultado el 31 de mayo de 2016.
- MERCASA (varios años): *Alimentación en España*, Empresa Nacional Mercasa.
- MERCASA (2015): *Alimentación en España 2015*, Empresa Nacional Mercasa. Disponible en http://www.mercasa-ediciones.es/alimentacion_2014/index2.html. Consultado el 31 de mayo de 2016.