

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

**LA DISTRIBUCIÓN MINORISTA DE ALIMENTOS EN LA PROVINCIA DE S/C
DE TENERIFE Y SU RELACIÓN CON PROVEEDORES**

**THE RETAIL FOOD DISTRIBUTION IN THE PROVINCE OF S/C TENERIFE AND
ITS RELATIONSHIP WITH SUPPLIERS**

Autor/a: D/D^a Paula Ventura Acosta

Tutor/a: D/D^a Ana M^a García Pérez

Grado en Administración y Dirección de Empresas
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Curso Académico 2013 / 2014

LUGAR Y FECHA

En San Cristóbal de La Laguna a 25 de 06 de 2014

D./Dña Ana M^a García Pérez del Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica

CERTIFICA:

Que la presente Memoria de Trabajo Fin de Grado titulada La distribución minorista de alimentos en la provincia de S/C de Tenerife y su relación con proveedores y presentada por el/la alumno/a Paula Ventura Acosta

realizada bajo mi dirección, reúne las condiciones exigidas por la Guía Académica de la asignatura para su defensa

Para que así conste y surta los efectos oportunos, firmo la presente en La Laguna a 25 de junio de dos mil catorce

El/La tutor/a o Los/as tutores/as

Fdo: D./Dña Ana M^a García Pérez

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ana M. García Pérez'. The signature is written in a cursive style with some overlapping strokes.

LUGAR Y FECHA

La Laguna a 25 de junio de 2014

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo conocer y hacer una descripción del sector de distribución minorista agroalimentaria en Canarias, concretamente en la provincia de Santa Cruz de Tenerife en función de la ubicación del mercado del cual proceden los suministros que recibe, es decir, de la longitud de la cadena o canales de suministro. Para ello se ha recurrido a datos del SABI y se ha realizado una encuesta dirigida a establecimientos minoristas de dicho sector. La técnica estadística utilizada ha sido un ANOVA. Los resultados alcanzados indican que predominan las empresas con canales de distribución cortos, siendo la mayoría microempresas donde la actividad principal a la que se dedican y la cual tiene más peso es la de lácteos y huevos. Además se ha observado que dichas empresas tienen resultados negativos, lo cual podría ser por la alta dependencia del Archipiélago de las importaciones o una producción ineficiente.

Palabras clave: Distribución minorista agroalimentaria, cadena de suministro corta y larga, PYMES, actividad.

ABSTRACT

The present work has an objective of determine and make a description of the sector agribusiness retail distribution in the Canarias, specifically in the province of Santa Cruz de Tenerife depending on the market location from whom supplies received , the length chain or supply channels . To do this work was used the SABI data and performed a survey of retail establishments in this sector . The statistical technique used was ANOVA. The results obtained suggest that firms with short distribution channels predominate , with most micro where the main activity they are engaged and which carries more weight is dairy and eggs. In addition it has been observed that these companies have negative results , which may be due to the high dependence on imports Archipelago or inefficient production .

Keywords: agro-food retail distribution, short chain and long supply, PYMES , activity.

AGRADECIMIENTOS

La realización de este trabajo no habría sido posible sin la influencia directa de profesores a los que agradezco profundamente por estar presentes en la elaboración.

En primer lugar agradecerle a mi tutora Ana María García Pérez por manifestarme su interés en dirigir mi Trabajo de Fin de Grado, por su confianza, colaboración y apoyo en todo el proceso de realización del mismo.

Y en segundo lugar, al profesor José Juan Hernández Cáceres por su contribución y ayuda en la aclaración de determinados aspectos relevantes del trabajo.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	8
2. PLANTEAMIENTO TEÓRICO.....	9
2.1. Distribución minorista alimentaria.....	9
2.2. Relación con proveedores.....	11
3. METODOLOGÍA.....	16
3.1. Obtención de la información.....	16
3.2. Tipo de variables.....	17
3.3. Técnicas estadísticas utilizadas.....	19
4. RESULTADOS.....	19
4.1. Descripción de establecimientos minoristas de alimentos de la provincia de Santa Cruz de Tenerife en función de la ubicación de sus proveedores.....	19
4.2. Relación entre los resultados (resultado económico, rentabilidad económica y rentabilidad financiera) de los establecimientos minoristas de alimentos, sus características descriptivas y la ubicación de sus proveedores.....	22
5. CONCLUSIONES.....	30
6. BIBLIOGRAFÍA.....	33

ÍNDICE DE FIGURAS, CUADROS Y TABLAS

FUGURA 2.1. SUPERFICIE DE VENTA MINORISTA POR FORMATOS EN ESPAÑA.....	10
TABLA 2.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS INTEGRANTES DE LA CADENA DE SUMINISTRO AGROALIMENTARIA.....	11
FUGURA 2.2. COMPOSICIÓN DE LA OFERTA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ESPAÑA.....	15
TABLA 2.2. PRODUCCIONES DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANARIAS.....	16
CUADRO 3.1. FICHA TÉCNICA.....	17
TABLA 4.1. PROVEEDORES Y FORMA JURÍDICA.....	19
TABLA 4.2. PROVEEDORES Y ACTIVIDAD.....	20
TABLA 4.3. PROVEEDORES Y TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	21
TABLA 4.4. MEDIDA DE RESULTADO ECONÓMICO Y RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FIANANCIERA RESPECTO A L.A FORMA JURÍDICA.....	22
TABLA 4.5. ANOVA RESPECTO A FORMA JURÍDICA.....	23
TABLA 4.6. MEDIA DE RESULTADO ECONÓMICO Y RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA RESPECTO A ACTIVIDAD.....	24
TABLA 4.7. ANOVA RESPECTO A ACTIVIDAD.....	24
TABLA 4.8. MUESTRAS INDEPENDIENTES EN BASE A ACTIVIDAD.....	25
TABLA 4.9. MEDIA DE RESULTADO ECONÓMICO Y RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA RESPECTO A TAMAÑO.....	26
TABLA 4.10 ANOVA RESPECTO A TAMAÑO.....	27
TABLA 4.11. TAMAÑO Y ACTIVIDAD DE LA EMPRESA.....	27
TABLA 4.12. MEDIA DE RESULTADO ECONÓMICO Y RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA RESPECTO A CADENA DE SUMINISTRO.....	28
TABLA 4.13. ANOVA RESPECTO A LA CADENA DE SUMINISTRO.....	29
TABLA 4.14 MEDIA DE RESULTADO ECONÓMICO Y RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANXIERA RESPECTO A LA CADENA DE SUMINISTRO (2).....	29

4.15. ANOVA RESPECTO A LA CADENA DE SUMINISTRO (2).....30

1. INTRODUCCIÓN

El comercio minorista es una de las actividades de mayor peso en la economía canaria por lo que es necesario profundizar en ella. Dentro de esta actividad, es el comercio minorista de alimentos el que tiene una preponderancia estratégica para las islas. Son productos que cubren necesidades básicas, perecederos y, muchos de ellos, provienen de fuera del Archipiélago.

Las cadenas de suministro están compuestas por aquellas partes implicadas, directa o indirectamente, en el bienestar del cliente. No solo hablamos de fabricantes y proveedores sino también de transportistas, almacenistas, minoristas e incluso los propios clientes. Existe una distinción muy clara entre cadenas o canales de suministro cortos y largos. Un canal corto consta de un único intermediario entre fabricante y usuario final (Fabricante → Detallistas → Consumidor). Sin embargo, en un canal largo, intervienen muchos intermediarios como podrían ser mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas y agentes comerciales, etc.

Las actividades comerciales que comprenden la distribución de alimentos son aquellas que actúan entre las fases de producción agroalimentaria y el consumidor. Los consumidores finales pueden acceder a la compra de alimentos existentes en los distintos establecimientos de distribución como mayoristas, minoristas, supermercados o hipermercados y aquellas tiendas tradicionales. (García Pérez, Yanes y Oreja, 2012)

Pueden existir varios tipos de proveedores dentro de la distribución minorista de alimentos, es decir, el sector primario y la industria agroalimentaria. Estos tipos de proveedores podrán proceder tanto de Canarias como de fuera de Canarias. En este último caso, es posible que tenga que intervenir en la cadena de suministro un mayorista o un intermediario.

El objetivo que se plantea en este Trabajo es conocer y hacer una descripción del sector de la distribución minorista agroalimentaria en Canarias, concretamente en la provincia de Santa Cruz de Tenerife, en función de la ubicación del mercado de procedencia de los suministros que recibe, es decir, de la longitud de la cadena o canales de suministro hacia sus proveedores.

Para la obtención de la información, se recurrirá a datos del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos) del año 2012 (últimos datos disponibles) y a la realización de una encuesta dirigida a dichos establecimientos minoristas del sector agroalimentario de la provincia de S/C de Tenerife. En cuanto a las técnicas estadísticas que se utilizarán para analizar la información será un ANOVA y distintas tablas de contingencia.

Para lograr el objetivo del Trabajo, éste se ha estructurado en cuatro puntos principales: el marco teórico donde se hablará de aspectos en relación a la distribución minorista alimentaria y la relación con los proveedores; la metodología utilizada; los resultados que se han obtenido analizando los datos; y la conclusiones que serán sacadas a partir de esos resultados.

2. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

2.1. DISTRIBUCIÓN MINORISTA ALIMENTARIA

"Por distribución alimentaria se entiende el conjunto de actividades de intermediación que hay entre los productores de alimentos y el consumidor final. Los distribuidores realizan una función esencial para los consumidores finales: seleccionan, aprovisionan y almacenan los bienes producidos, y facilitan las decisiones de compra mediante la provisión de información sobre los bienes distribuidos." Normalmente, las tareas las suelen realizar los mayoristas y minoristas. Por un lado, los mayoristas agrupan la oferta de los proveedores para llevarla a los minoristas. Por otro lado, los minoristas venden los alimentos al detalle, al consumidor final.¹

En 2009 el volumen de negocio del comercio minorista español superó los doscientos veintiséis mil millones de euros, absorbió el 16% del empleo y generó el 12% del PIB español, de lo que, alrededor de un 40%, corresponde a la distribución del sector alimentario. (Tribunal de Defensa de la Comunidad Valenciana, 2014)

A la hora de hablar de los diferentes formatos comerciales en el sector minorista podemos decir que existen hipermercados, supermercados (con menor superficie de ventas que los anteriores y localizados en los diferentes barrios de las ciudades), tiendas tradicionales (cuentan con un mostrador y el consumidor es atendido por el dependiente), mercados de agricultores, etc. En algunos países europeos, el hipermercado es el formato que acapara la mayoría de las ventas de alimentos, pero en nuestro contexto el que está teniendo más éxito es el supermercado (la cuota de mercado en alimentación ronda el 50%). No obstante, en el caso de los alimentos frescos (carne, pescado, fruta y verdura), el valor de las ventas de los supermercados es semejante al de la tienda tradicional. En otras palabras, a la hora de comprar alimentos el consumidor diferencia entre los envasados y los frescos: los primeros tiende a adquirirlos en los supermercados, mientras que para comprar los alimentos frescos el pequeño comercio especializado sigue siendo la mejor opción para muchos consumidores.²

Actualmente, como se aprecia en la figura 2.1, la superficie del comercio minorista que más abunda es la de los supermercados y grandes supermercados (400m² – 999m² y + de 1000m²) los cuales abarcan un 68,5% de la superficie total del comercio minorista. Los autoservicios (hasta 399 m²) constituyen el 16,4%. Además, la superficie que representan los hipermercados es de 15,1%, por lo que se puede observar claramente la predominancia de estos formatos en la distribución de España, los cuales suman un total de 83,6% de la superficie. (Alimarket, 2009)

El sector de la distribución minorista alimentaria ha experimentado una profunda transformación en las últimas décadas con la aparición de importantes cadenas de establecimientos comerciales. (Hernández y Ríos, 2012)

El comercio minorista es importante porque puede alterar, ya sea frenando o potenciando, las acciones de marketing y merchandising de los fabricantes y mayoristas. Dichas acciones, son capaces de influir en las ventas y resultados finales de los productos que comercializan. (Salén y Henrik, 1994)

¹ Información disponible el 7 de abril de 2014 en wiki.elika.net

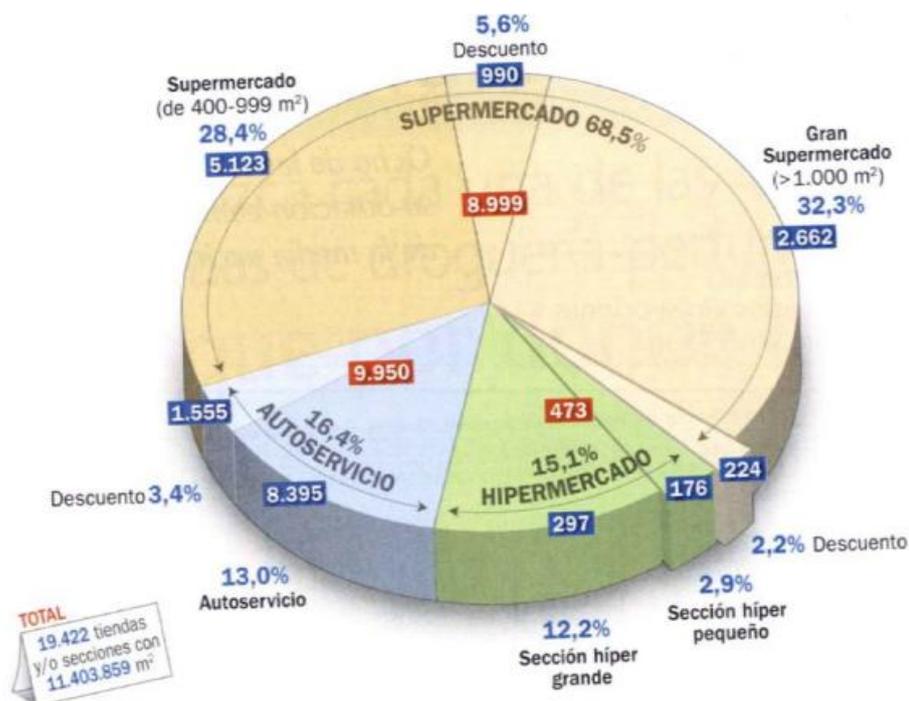
² Información disponible el 7 de abril de 2014 en wiki.elika.net

"La posición de muchas compañías minoristas grandes se ha visto fortalecida internamente con el surgimiento de productos de su marca propia, dejando de lado a ciertos proveedores. Los proveedores que son capaces de diferenciar sus productos pueden ejercer algún poder sobre los minoristas." (Datamonitor y Ardan, 2014 - p. 2)

Además, según indica Méndez y Yagüe (1999), las empresas minoristas podrían estar alterando la estructura por tamaños de las empresas fabricantes, debido a que pueden estar favoreciendo, mediante una estrategia de marca de distribuidor apoyada en productos básicos, que algunas empresas pequeñas lleguen a convertirse en competidores significativos de las empresas de mayor tamaño, dirigiendo al sector hacia una estructura más uniforme y por tanto más competitiva. (Ramos y Sanfiel, 2012)

El poder de mercado que ejercen los minoristas se refleja en unas estructuras competitivas que evolucionan hacia niveles más altos de concentración, de diferenciación de producto/servicio, de integración vertical y de barreras estructurales. Este hecho se ve acentuado en el mercado de productos agroalimentarios por el volumen de productos comercializado por las grandes organizaciones minoristas, lo que implica una mayor dependencia de los fabricantes con respecto a estos agentes del canal agroalimentario, y por lo tanto, un incremento en éstos de su poder de negociación. Esto constituye una gran polémica en las relaciones con la distribución y obliga a los fabricantes agroalimentarios a reconsiderar sus estructuras y estrategias ante esta presión competitiva vertical. (Ramos y Sanfiel, 2012)

FIGURA 2.1. SUPERFICIE DE VENTA MINORISTA POR FORMATOS EN ESPAÑA



Fuente: Alimarket, N° 226, Marzo 2009

2.2. RELACIÓN CON PROVEEDORES

La cadena de suministro está formada por todas aquellas partes implicadas de manera directa o indirecta en la satisfacción del cliente. Encierra no solamente al fabricante y al proveedor, sino también a los transportistas, almacenistas, vendedores al detalle e incluso a los propios clientes.³

Las empresas que llevan a cabo el proceso de producción y distribución de los productos agroalimentarios destinados a la alimentación humana integran la denominada cadena de suministros agroalimentaria. (García-Pérez (Coordinadora), Yanes y Oreja, 2012)

TABLA 2.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS INTEGRANTES DE LA CADENA DE SUMINISTRO AGROALIMENTARIA

Integrantes de la cadena de suministro	Características de los integrantes de la cadena de suministro
AGRICULTURA	<ul style="list-style-type: none"> - Sector altamente fragmentado y con una deficiente organización - Empresario de edad avanzada - Empresario con escasa formación empresarial - Sector con escaso poder de negociación con proveedores y clientes - Pobre conocimiento de mercado
INDUSTRIA AGROALIMENTARIA	<ul style="list-style-type: none"> - Industria fragmentada (pymes), aunque con grandes grupos alimentarios nacionales e internacionales - Sometimiento de las pymes al poder de la Gran Distribución - Tendencia a la concentración - Alta competencia entre las empresas
DISTRIBUCIÓN AGROALIMENTARIA	<ul style="list-style-type: none"> - Sector concentrado - Gran poder de negociación de la gran distribución frente a sus proveedores - Alta competencia en precios - Implantación de nuevas tecnologías de la información - Desaparición de la tienda tradicional - Gran incidencia de las marcas blancas

Fuente: de García-Pérez, Yanes y Oreja, en García-Pérez & China (2012)

³ Información disponible el 7 de abril de 2014 en Wikipedia.org

"El sector agrario se compone de las actividades económicas cuyo output son los productos agrícolas, ganaderos y forestales. El destino de estos productos es la industria agroalimentaria". (García-Pérez (coordinadora), Yanes y Oreja, 2012)

"Las industrias agroalimentarias se encargan de la transformación, conservación y acondicionamiento de los productos agrarios o de los insumos intermedios de origen agrario". (García-Pérez (coordinadora), Yanes y Oreja, 2012)

"La distribución agroalimentaria comprende las actividades comerciales que median entre las fases de producción agroalimentaria y el consumidor final con el objeto de dicho consumidor pueda comprar entre una amplia gama de productos existentes en los distintos establecimientos de distribución (mayoristas, minoristas, supermercados, hipermercados y tiendas tradicionales)". (García-Pérez (coordinadora), Yanes y Oreja, 2012)

Existe una distinción muy clara entre cadenas o canales de suministro cortas y largas. Un canal corto solo consta de dos escalones, es decir, un único intermediario entre fabricante y usuario final (Fabricante → Detallistas → Consumidor). Según el FEADER (Fondo Agrícola de Desarrollo Rural) un canal corto es "una cadena de suministro formada por un número limitado de agentes económicos, comprometidos con la cooperación, desarrollo económico local y las relaciones socio-económicas entre productores y consumidores en un ámbito geográfico cercano". Se adopta la definición como aquel en el que el número de intermediarios es igual o inferior a uno. (Cavoret, 2011 y Díez de Castro, 1997)

La salida de los productos locales no se limita exclusivamente a la venta directa, sino que pueden ofrecerse en el comercio detallista, ya sea especializado o en la gran distribución. (Cavoret, 2011)

Según Maté (2014), los canales cortos en su conjunto constituyen hoy en día la principal respuesta del sector agrario y de las industrias alimentarias, generalmente las de carácter local y con producciones artesanales para acercar su oferta a los consumidores. (Maté, 2014)

Fondse (2012), en su tesis doctoral, define a las cadenas cortas de suministro como aquellas que reducen la cadena de alimentos desde el productor hasta el consumidor. Además, añade que las características más relevantes de este tipo de cadenas son la proximidad geográfica y la interacción social, entre otras.

Por un lado, en cuanto a la proximidad geográfica señala que, para muchos, está conectada a un lugar o región específica. Por este motivo, se utilizan términos como la comida local entrelazada con la cadena de suministro corta. Por otro lado, respecto a la interacción social, expone que existen dos tipos de relaciones entre el productor y el consumidor:

1. Cara a cara: aquí el principal factor determinante es la motivación. Es necesario tener una relación directa con los clientes para vender en un mercado de agricultores. Libery y Maye (2005), describen esta relación en términos de reconocimiento, respeto y amistad. En general, los consumidores directos se consideran como los más comprometidos en términos geográficos.

2. Próximo: las relaciones próximas no mantienen una relación directa entre productores y consumidores. Estos están conectados por intermediarios, los cuales deben garantizar

la autenticidad del producto. Los minoristas de establecimientos especializados podrían implicar relaciones de proximidad.

Las cadenas de suministro cortas adoptan diferentes formas de territorio para diferenciar sus productos de los cuales dependen, en gran medida, de su nivel de interacción entre productores y consumidores. (Fondse, 2012)

Sin embargo, en un canal largo, intervienen muchos intermediarios (mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas y agentes comerciales, etc.). Este canal es típico de casi todos los productos de consumo, principalmente productos de conveniencia o de compra frecuente. (Díez de Castro, 1997)

Estos canales de distribución más largos implican mayores riesgos ya que las empresas tienen en todo momento mercaderías transportándose de un lado para otro. Por lo tanto, la capacidad para reaccionar ante imprevistos y cambios es esencial para hacer frente a incertidumbres. (Cavoret, 2011)

"A lo largo de estas cadenas largas de suministros agroalimentaria hay un flujo constante de una gran diversidad de productos perecederos, con una alta rotación y una distribución que supone recorrer grandes distancias. Por ello deben darse altos esfuerzos en coordinación para lograr productos innovadores y que cumplan los estándares de calidad y seguridad alimentaria exigidos por la sociedad. Sólo una completa colaboración y coordinación entre el agricultor y el resto de la cadena puede generar el producto final que el cliente desea." (García y China, 2012 - p.13)

Esta necesidad de coordinación aumenta en las cadenas de suministro agroalimentarias dispersas geográficamente como es el caso de Canarias. (García y China, 2012)

A medio/largo plazo, las producciones locales, como es el caso de Canarias, podrían mejorar notablemente su competitividad aprovechando sus numerosas ventajas comparativas en el mercado regional si se adaptan a las características de las nuevas demandas de los consumidores, en especial por lo que se refiere a su creciente preocupación por la calidad y la seguridad alimentaria y ambiental de los productos que constituyen su dieta, lo que se refleja en la demanda de productos ecológicos, de productos de proximidad de fácil trazabilidad y, entre ellos, de productos "del país", si se valorizan adecuadamente sus intangibles como la conservación de la biodiversidad, el paisaje y las tradiciones rurales. (Sainz y Pino, 2008)

Entre los agentes que conforman la cadena de distribución alimentaria en España, la parte productora es la menos dispuesta y organizada para dar respuesta a los retos que van surgiendo. Ello se ha traducido en el mantenimiento de una situación poco competitiva frente al resto de agentes que hacen peligrar, en el largo plazo, su supervivencia. Esta realidad es alarmante ya que los productores (sobre todo las pymes y cooperativas agroalimentarias) son un eslabón clave en la industria agroalimentaria. (Sainz de Vicuña (Dir.) et al, 2008)

Los proveedores de la distribución minorista de alimentos pueden ser de dos tipos. Por un lado, el sector primario, es decir, el conjunto de actividades formado por la agricultura, la ganadería, la silvicultura y la pesca. Por otro lado, la agroindustria o industria agroalimentaria, donde se incluyen aquellas empresas o actividades en las que se produce una transformación de las materias primas agrícolas o ganaderas dando lugar a productos elaborados o semielaborados. Tanto la Industria como los agricultores y

ganaderos pueden ser canarios o por el contrario de fuera de Canarias. En este último caso, es decir, en los canales largos, es frecuente la existencia de agentes conocidos como mayoristas o intermediarios.

La industria alimentaria española, con casi el 17% del total de la producción industrial, forma el primer sector de la industria manufacturera en España, aportando el 12% del valor añadido y empleando casi al 15% de la mano de obra. En la composición de la oferta de la industria alimentaria (Figura 2.2) destaca el peso de los productos cárnicos (19,7% sobre el total), sin embargo, la producción en general está muy repartida entre los distintos productos. (Sainz de Vicuña (Dir.) et al, 2008)

En Canarias, esta actividad agroindustrial tiene una posición muy importante con respecto al resto de actividades industriales de esta comunidad autónoma y, donde además de los aspectos generales que afectan a todo el sector, estas empresas se enfrentan a unas características geográficas específicas que determinan su conducta. (Hernández y Ríos, 2012)

"De las producciones agrarias de Canarias, la superficie de secano, supone un 45 % de la superficie total. En el caso del viñedo, este ocupa más del 60% de la superficie cultivada de secano y un 80% de la superficie total de viñedo en Canarias. Es decir, que básicamente el viñedo es en Canarias un cultivo de secano. Otro caso relevante de cultivo en secano lo tenemos en la papa y otros tubérculos que suponen el 16% de toda la superficie de cultivo en secano y el 40% de la superficie total dedicada a estos cultivos." (Hernández y Ríos, 2012 - p.26)

"Estos cultivos que se han citado son los que conforman la estructura productiva básica de las zonas de medianías de las islas de mayor relieve, cultivos de regadío: destacan las papas, las hortalizas y los frutales." (Hernández y Ríos, 2012 - p.26)

"En el caso de la carne, se refiere a las carnes frescas procedentes de animales sacrificados en las islas. En este subsector cárnico destacan las de porcino y aves y también, habida cuenta su menor consumo, la carne de conejo con un nivel de producción significativo en algunas islas como Tenerife, así como la producción de carne de cabra que satisface la demanda regional." (Hernández y Ríos, 2012 - p.29)

"En cuanto a la leche, la producción más importante es la de leche de cabra" (Hernández y Ríos, 2012 - p.29)

"Respecto a las ponedoras, principalmente gallinas, Canarias produce unos 215 huevos por habitante y año, lo que significa que nuestra producción alcanza un nivel razonable de abastecimiento del mercado regional." (Hernández y Ríos, 2012 - p.30)

"Debe destacarse, asimismo, la producción de miel, en su mayoría mieles artesanales de magnífica calidad y variedad, cuya producción se ha incrementado significativamente en los últimos años y de los que se producen unos 200 gramos por habitante y año" (Hernández y Ríos, 2012 - p.30)

"La producción agroalimentaria se produce básicamente en 4.500 ha de secano y 13.500 de regadío, de las cuales unas 800 ha se cultivan bajo invernadero. Esta superficie se reparte, con valores sensiblemente iguales, entre papas y otros tubérculos, hortalizas y frutales." (Hernández y Ríos, 2012 - p.44)

En Canarias existen 46 cooperativas agrarias. Los sectores donde dichas empresas poseen más peso son los de vino, frutas y hortalizas frescas destinadas a la exportación. (Langreo, 2004)

Según Langreo (2004) la participación de Canarias en la producción final agraria (2.6%) se encuentra por debajo de la que su industria alimentaria ostenta en el VAB nacional (3.2%), a pesar de que su importancia sería mayor considerando la manipulación y preparado de frutas y hortalizas frescas y menor medida pescados. La Industria alimentaria aporta el 26% de la Industria del Archipiélago.

En Canarias, la industria alimentaria está determinada por la insularidad y la gran distancia al resto de España, las producciones agrarias orientadas a la exportación, el turismo de las islas y las necesidades de abastecimiento de la significativa población insular. (Langreo, 2004)

FIGURA 2.2. COMPOSICIÓN DE LA OFERTA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ESPAÑA



Fuente: FIAB (2005) en Sainz de Vicuña (Dir), 2008

TABLA 2.2. PRODUCCIONES DE LA INDUSTRIA ALIMENTARA EN CANARIAS

PRODUCCIÓN DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANARIAS	
AGUA Y BEBIDAS ANALCOHÓLICAS	31%
INDUSTRIAS LÁCTEAS	22%
PAN-GALLETAS	16%
INDUSTRIAS CÁRNICAS	5%
ALIMENTACIÓN ANIMAL	5%
MOLINERÍA	4%
OTRAS BEBIDAS ALCOHÓLICAS	3%
RESTO	14%

Fuente: (Langreo, 2004)

El subsector de las bebidas analcohólicas y las aguas es el principal de las islas, seguido de las industrias de lácteos y el pan y galletas, todos los demás se encuentran muy lejano, tal y como se observa en la tabla 2.2. (Langreo, 2004)

Hoy en día, la industria alimentaria canaria atada a sus producciones agrarias se concentra en muy pocos subsectores, como se mostró en la tabla 2.2, constantemente vinculados a producciones tradicionales, de alta calidad o a la utilización de subproductos y al suministro de materias frescas en los mercados insulares. (Langreo, 2004)

3. METODOLOGÍA

3.1. OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se ha realizado una encuesta dirigida a establecimientos minoristas del sector agroalimentario de la provincia de Santa Cruz de Tenerife. En un primer momento se pretendía que la encuesta se realizara vía e-mail pero no se tenía esta información. Finalmente, se ha realizado vía telefónica, siendo las personas que nos han contestado los encargados de las distintas empresas. El hecho de que se haya realizado de esta forma (vía telefónica), implica una ventaja y es que la información obtenida es fiable y válida.

Para la obtención de la muestra, se ha recurrido al SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos) utilizando como año base el 2012 ya que son los últimos datos disponibles. Para el análisis, la información clave que se han extraído de esta base de datos han sido los resultados económicos, las rentabilidades económicas y financieras, el número de empleados para determinar el tamaño, la forma jurídica y la actividad según el CNAE 2009.

De la totalidad de las empresas de esta sección existentes en el SABI se han eliminado aquellas cuyos datos son de años anteriores al 2012, aquellas que no se dedican a la distribución alimentaria y otras que se han extinguido. Se obtuvo finalmente una muestra de 81 empresas, de las cuales se han eliminado tres debido a que las respuestas dadas por los encargados de las mismas no eran lo suficientemente claras y otra que se negó a contestar.

Por tanto, tal y como refleja el cuadro 3.1, el procedimiento metodológico que se ha llevado a cabo ha sido encuestas personales a aquellas empresas de distribución minorista del sector agroalimentario. De la totalidad de las empresas entrevistadas se ha utilizado una finalmente una muestra de 78 empresas.

CUADRO 3.1. FICHA TÉCNICA

CARACTERÍSTICAS	TRABAJO EMPÍRICO
Procedimiento metodológico	Encuestas personales
Tipo de preguntas	Policotómicas de respuesta múltiple y cerradas.
Universo	Empresas de distribución minorista agroalimentaria
Ámbito geográfico	Provincia de Santa Cruz de Tenerife
Muestra inicial	81 empresas
Muestra final utilizada	78 empresas
Fecha del trabajo de campo	Febrero-Marzo de 2014
Tratamiento de la información	Excel 2007 y SPSS 17.

Fuente: Elaboración propia

3.2. TIPO DE VARIABLES

En relación a la encuesta, ésta consta de una única pregunta referente a la longitud de la cadena de suministro. El formato principal de la pregunta ha sido el siguiente:

Los suministros que recibe la empresa vienen del mercado:

- a) Local/canario
- b) Peninsular
- c) Resto de la Comunidad Europea

d) Fuera de la Comunidad Europea

Una vez obtenida la totalidad de los datos por ambas fuentes (SABI y encuesta), se ha realizado una codificación en torno a cuatro variables principales, las cuales son: longitud de la cadena de suministro, forma jurídica, tamaño de la empresa y actividad concreta de la misma. Además de estas variables se han utilizado los resultados económicos y las rentabilidades financiera y económica pero a estas últimas no fue necesario codificarlas. La forma de codificación ha sido la siguiente:

V1. Longitud de la cadena de suministro

1. Hasta Canarias: incluye a aquellos proveedores que son locales
2. Hasta la península: incluye tanto a proveedores locales como a peninsulares.
3. Resto de la Comunidad Europea y fuera de la Comunidad Europea: incluye a las dos anteriores, a los proveedores del resto de la Comunidad Europea y a los proveedores extracomunitarios.
4. NS/NC: No sabe, no contesta.

V2. Forma jurídica

1. Sociedad Limitada
2. Sociedad Anónima
3. NS/NC

V3. Tamaño de la empresa siguiendo la recomendación de la Comisión Europea sobre la definición de PYME de 6 de mayo de 2003:

1. Microempresa
2. Pequeña empresa
3. Mediana empresa
4. Gran empresa
5. NS/NC

V4. Actividad (CNAE 2009)

1. Lácteos y huevos
2. Carnes, pescados, pan y frutas

3. Bebidas

4. NS/NC

3.3. TÉCNICAS ESTADÍSTICAS UTILIZADAS

Se han realizado distintas tablas de contingencia y se ha utilizado el estadístico ANOVA para un análisis tanto cualitativo como cuantitativo, todo ello con el SPSS 17.0.

4. RESULTADOS

4.1. DESCRIPCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS DE ALIMENTOS DE LA PROVINCIA DE SANTA CRUZ DE TENERIFE EN FUNCIÓN DE LA UBICACIÓN DE SUS PROVEEDORES

TABLA 4.1. PROVEEDORES Y FORMA JURÍDICA

			Forma jurídica		Total
			Sociedad Limitada (75)	Sociedad Anónima(2)	
Proveedores	Hasta Canarias	% dentro de Proveedores	94,6%	5,4%	100,0%
		% dentro de Forma jurídica	46,1%	100,0%	47,4%
	Hasta la Península	% dentro de Proveedores	100,0%		100,0%
		% dentro de Forma jurídica	32,9%		32,1%
	Resto Comunidad Europea y Fuera de la Comunidad Europea	% dentro de Proveedores	100,0%		100,0%
		% dentro de Forma jurídica	21,1%		20,5%
Total	% dentro de Proveedores	97,4%	2,6%	100,0%	
	% dentro de Forma jurídica	100,0%	100,0%	100,0%	

En esta primera tabla 4.1, se analizan datos referentes a la cadena de suministro y a la forma jurídica de la empresa.

Analizando los porcentajes verticales, del grupo de Sociedad Limitada predominan las empresas de canal corto con un 46,1%, seguido de aquellas cuyos proveedores llegan hasta la Península con un 32,9% y finalmente de los del resto y fuera de la Comunidad Europea con un 21,1%. Del grupo de Sociedad Anónima solo existen empresas cuyos proveedores son canarios.

Observando los porcentajes horizontales, de los canales cortos predomina la Sociedad Limitada con un 94,6% donde las Anónimas ocupan un 5,4%. En el resto de canales (Península y resto y fuera de Canarias) también predomina la Sociedad Limitada, ya que no hay Sociedades Anónimas en ambos casos.

TABLA 4.2. PROVEEDORES Y ACTIVIDAD

			Actividad			Total
			Lácteos y huevos (37)	Carnes, pescados, pan y frutas (35)	Bebidas (5)	
Proveedores	Hasta Canarias	% dentro de Proveedores	40,5%	51,4%	8,1%	100,0%
		% dentro de Actividad	39,5%	54,3%	60,0%	47,4%
	Hasta la Península	% dentro de Proveedores	60,0%	32,0%	8,0%	100,0%
		% dentro de Actividad	39,5%	22,9%	40,0%	32,1%
	Resto Comunidad Europea y Fuera de la Comunidad Europea	% dentro de Proveedores	50,0%	50,0%		100,0%
		% dentro de Actividad	21,1%	22,9%		20,5%
Total	% dentro de Proveedores	48,7%	44,9%	6,4%	100,0%	
	% dentro de Actividad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

En la tabla 4.2 hemos cruzado los datos referentes a la longitud de la cadena de suministro con la actividad (CNAE 2009).

Si se analizan los porcentajes verticales, por un lado, del grupo de los lácteos y huevos predominan las empresas del canal corto (Canarias) y de la Península con un 39,5% en ambos casos, seguido del resto de la Comunidad Europea y Fuera con un 21,1%. Por otro lado, del grupo de carnes, pescado, pan y frutas predominan las empresas de canal corto (Canarias) con un 54,3%, seguido de los del resto y fuera de la Comunidad Europea y los peninsulares con un 22,9%, en ambos casos. En el caso de las bebidas el porcentaje de las de canal corto (Canarias) es un 60% siendo el mayor y de las del canal medio (Península) un 40%.

Observando los porcentajes horizontales, de los canales con proveedores en Canarias predomina el grupo de carnes, pescado pan y frutas con un 51,4% seguido de los lácteos y huevos con un 40,5% y finalmente las bebidas con un 8%.

De los canales con proveedores en la Península predominan los lácteos y huevos con un 60%, seguido de las carnes, pescado, pan y frutas con un 32% y de las bebidas con un 8%.

De los canales del resto y fuera de la Comunidad Europea ambos grupos tienen el mismo porcentaje, es decir, tanto los lácteos y huevos como las carnes, pescado, pan y frutas tienen ocupan un 50%. En este último canal no hay empresas cuya actividad sean las bebidas.

En términos generales, la actividad que tiene mayor peso es la de los huevos y lácteos ya que ocupa un 48,7% de la totalidad, mientras que las carnes, pescado, pan y fruta representan el 44,9% y las bebidas el 6,4% del total. Asimismo, vemos que el canal de distribución con mayor porcentaje es el corto, ocupando un 47,4%.

En esta última tabla, 4.3, se analizan los datos referentes al tamaño de la empresa respecto a la longitud de la cadena de suministro.

Según se muestra en la tabla, mayoritariamente las empresas de la muestra son micro y pequeñas empresas, donde estas ocupan un 73,1% y un 19,2% del total, respectivamente.

TABLA 4.3. PROVEEDORES Y TAMAÑO DE LA EMPRESA

		Tamaño				Total
		Microempresa (57)	Pequeña empresa (15)	Mediana empresa (2)	Gran empresa (3)	
Proveedores Hasta Canarias	% dentro de Proveedores	83,8%	8,1%		8,1%	100,0%
	% dentro de Tamaño	54,4%	20,0%		75,0%	47,4%
Hasta la Península	% dentro de Proveedores	64,0%	28,0%	8,0%		100,0%
	% dentro de Tamaño	28,1%	46,7%	100,0%		32,1%
Resto Comunidad Europea y Fuera de la Comunidad Europea	% dentro de Proveedores	62,5%	31,3%		6,3%	100,0%
	% dentro de Tamaño	17,5%	33,3%		25,0%	20,5%
Total	% dentro de Proveedores	73,1%	19,2%	2,6%	5,1%	100,0%
	% dentro de Tamaño	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

A la hora de valorar los porcentajes horizontales se puede observar que dentro de los proveedores que llegan hasta Canarias un 83,8% pertenece a microempresas y un 8,1% tanto a pequeñas como a grandes empresas; dentro de los proveedores que llegan hasta la Península, un 64% pertenece a microempresas, un 28% a pequeñas empresas y un 8% a medianas empresas; por último, dentro de los proveedores del resto y fuera de la Comunidad Europea, un 62,5% pertenece a microempresas, un 31,3% a pequeñas empresas y un 6,3% a grandes empresas.

En cuanto a los porcentajes verticales, del grupo de microempresas predominan las del canal corto, representando un 54,4%, seguido del canal medio (Península) con un 28,1% y finalmente del resto y fuera de la Comunidad Europea con un 17,5%. Del grupo de pequeñas empresas, las que tienen mayor peso son las del canal cuyos proveedores llegan hasta la Península ya que ocupan un 46,7% seguido de las del resto y fuera de la Comunidad Europea con un 33% y por último las del canal corto (Canarias) con un 20%. En el caso de las medianas empresas, éstas solo aparecen en el canal que llega hasta la Península, representando un 8%. Finalmente las grandes empresas solo aparecen en el canal corto con un 75% y en el largo (resto y fuera de la Comunidad Europea) con un 25%.

Como conclusión se observa que a medida que la longitud de la cadena de suministro aumenta, el porcentaje de microempresas va disminuyendo pasando de un 83,8% a un 62,5%. En el resto de grupos, pasa lo mismo excepto en el caso de las pequeñas empresas ya que a medida de que la lejanía de la cadena de suministro aumenta los porcentajes también van aumentando.

4.2. RELACIÓN ENTRE LOS RESULTADOS (RESULTADO ECONÓMICO, RENTABILIDAD ECONÓMICA Y RENTABILIDAD FINANCIERA) DE LOS ESTABLECIMIENTOS MINORISTAS DE ALIMENTOS, SUS CARACTERÍSTICAS DESCRIPTIVAS Y LA UBICACIÓN DE SUS PROVEEDORES.

Ha sido conveniente eliminar de la muestra a una empresa cuyos datos no están disponibles, pues el hecho de trabajar con una empresa de la cual no se dispone información podría provocar desajustes y problemas a la hora de determinar conclusiones. Por lo tanto, trabajaremos con una muestra de 77 empresas.

La tabla 4.4 refleja las medias de los resultados económicos, rentabilidad financiera y rentabilidad económica respecto a la forma jurídica que adopta la empresa. Como se percibe, las medias de los resultados económicos son mejores en la Sociedad Limitada que en la Sociedad Anónima, sin embargo en ambos grupos, las rentabilidades son negativas. En el caso de la rentabilidad económica la situación es más alarmante en la Sociedad Anónima, mientras que referente a la rentabilidad financiera la Sociedad Limitada está peor. Hay que destacar que la muestra de empresas en cuanto a la forma jurídica no es representativa, está desequilibrada ya que SL son 75 empresas y 2 son SA.

TABLA 4.4. MEDIA DE RESULTADO ECONÓMICO Y RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA RESPECTO A LA FORMA JURIDICA

Forma jurídica		Resultado económico	Rentabilidad económica	Rentabilidad financiera
Sociedad Limitada	Media	10318,27	-2,2744	-1740,2065
	N	75	75	74
	Desv. típ.	50118,540	24,77976	15039,07626
Sociedad Anónima	Media	-428420,50	-19,9200	-354,1850
	N	2	2	2
	Desv. típ.	624316,598	42,59611	484,88433
Total	Media	-1077,55	-2,7327	-1703,7322
	N	77	77	76
	Desv. típ.	111840,658	25,09447	14838,98675

TABLA 4.5. ANOVA RESPECTO A FORMA JURÍDICA

		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Resultado económico	Inter-grupos	3,719E11	1	3,719E11	45,667	,000
	Intra-grupos	5,701E11	70	8,144E9		
	Total	9,420E11	71			
Rentabilidad económica	Inter-grupos	632,392	1	632,392	1,038	,312
	Intra-grupos	42654,854	70	609,355		
	Total	43287,246	71			
Rentabilidad financiera	Inter-grupos	4377669,995	1	4377669,995	,018	,893
	Intra-grupos	1,650E10	69	2,391E8		
	Total	1,650E10	70			

En la tabla 4.5 se analiza la variabilidad que existe dentro de ambos grupos (intra-grupos) y entre los grupos (inter-grupos). Se observa que la variabilidad tanto de resultado económico como de rentabilidad financiera y de rentabilidad económica es mayor dentro de los grupos (media cuadrática).

Para rechazar la hipótesis establecida la cual indica que las tres medias son iguales, la significación (Sig.) tiene que ser inferior o igual a 0.05 (utilizando un 95% de confianza). En este caso vemos que la única variable significativa y en base a la cual podemos sacar conclusiones de que las medias son diferentes es el resultado económico. Por tanto, se puede decir que las medias de los resultados económicos de los dos grupos, es decir, Sociedad Limitada y Sociedad Anónima, son diferentes. Tal y como se dijo en la tabla 4.4, la media de las empresas cuya forma jurídica es Sociedad Limitada es mayor que las de Sociedad Anónima, siendo los valores 10.318,27 y -428.420.50 respectivamente.

Como se observó en la tabla 4.2 la muestra en función de la actividad a la que se dedican las empresas está desequilibrada ya que en el grupo de bebidas es muy pequeña (5 empresas). Por lo tanto, se ha decidido analizar las medias y ANOVAS eliminando a dichas empresas que se dedican al comercio de bebidas, evitando así desajustes y resultados con niveles de fiabilidad muy bajos. La muestra quedará reducida a 72 empresas.

La tabla 4.6 muestra las medias de resultado económico y rentabilidad económica y financiera referente a los 2 grupos de actividades, es decir, lácteos y huevos y carne, pescado, pan y fruta. En el primer, las medias de las 3 variables son positivas, mientras que las del segundo grupo son negativas en los 3 casos. Para ver si existen diferencias significativas entre los dos grupos de actividad se acude al ANOVA.

TABLA 4.6. MEDIA DE RESULTADO ECONÓMICO Y RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA RESPECTO A ACTIVIDAD

Actividad		Resultado económico	Rentabilidad económica	Rentabilidad financiera
Lácteos y huevos	Media	22645,41	1,6608	15,4905
	N	37	37	37
	Desv. típ.	55145,041	13,86319	38,85850
Carne, pescado, pan y frutas	Media	-30552,66	-6,6657	-3802,1382
	N	35	35	34
	Desv. típ.	151625,097	32,14008	22185,83088
Total	Media	-3214,76	-2,3868	-1812,6697
	N	72	72	71
	Desv. típ.	115187,673	24,69169	15353,57202

Gracias a la tabla 4.7, se puede sacar la conclusión de que la variable de resultado económico es significativa ya que su nivel de significación está por debajo del 5% (0.049), por lo que se rechaza la hipótesis nula de que las medias son iguales aceptando así la hipótesis alternativa donde las medias son diferentes. Los valores se reflejan en la tabla 3.6, siendo de 22645,41 en los lácteos y huevos y de -30.552,66 en el grupo de carne, pescado, pan y frutas.

TABLA 4.7. ANOVA RESPECTO A ACTIVIDAD

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Resultado económico	Inter-grupos	5,090E10	1	5,090E10	3,998	,049
	Intra-grupos	8,911E11	70	1,273E10		
	Total	9,420E11	71			
Rentabilidad económica	Inter-grupos	1246,995	1	1246,995	2,076	,154
	Intra-grupos	42040,251	70	600,575		
	Total	43287,246	71			
Rentabilidad financiera	Inter-grupos	2,582E8	1	2,582E8	1,097	,299
	Intra-grupos	1,624E10	69	2,354E8		
	Total	1,650E10	70			

Para apoyar la conclusión expuesta en base a la tabla 4.7 se ha utilizado la tabla 4.8 de muestras independientes. De la misma manera, Se observa que el grado de significación en los resultados económicos es inferior a 0.05, por lo tanto reafirmamos que esta variable es significativa y se pueden sacar conclusiones de que las medias de resultado

económico y rentabilidad financiera y económica entre los 2 grupos de actividad son diferentes.

TABLA 4.8. MUESTRAS INDEPENDIENTES EN BASE A ACTIVIDAD

		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
									95% Intervalo de confianza para la diferencia	
		F	Sig.	T	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	Inferior	Superior
Resultado económico	Se han asumido varianzas iguales	1,508	,223	2,000	70	,049	53198,063	26604,526	137,008	106259,117
	No se han asumido varianzas iguales			1,957	42,414	,057	53198,063	27185,484	-1648,622	108044,747
Rentabilidad económica	Se han asumido varianzas iguales	6,625	,012	1,441	70	,154	8,32653	5,77850	-3,19833	19,85138
	No se han asumido varianzas iguales			1,413	45,684	,164	8,32653	5,89136	-3,53438	20,18743
Rentabilidad financiera	Se han asumido varianzas iguales	4,604	,035	1,047	69	,299	3817,62878	3645,00143	-3453,95012	11089,20767
	No se han asumido varianzas iguales			1,003	33,000	,323	3817,62878	3804,84397	-3923,38283	11558,64038

**TABLA 4.9. MEDIA DE RESULTADO ECONÓMICO Y
RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA
RESPECTO TAMAÑO**

Tamaño de empresa		Resultado económico	Rentabilidad económica	Rentabilidad financiera
Micro	Media	5061,61	-1,3967	-2305,6212
	N	57	57	56
	Desv. típ.	24172,950	25,60020	17287,43509
No micro	Media	-18574,15	-6,5405	-18,4430
	N	20	20	20
	Desv. típ.	218805,347	23,80537	166,35169
Total	Media	-1077,55	-2,7327	-1703,7322
	N	77	77	76
	Desv. típ.	111840,658	25,09447	14838,98675

Dado que la muestra de las empresas en cuanto al tamaño está desequilibrada, conviene realizar un análisis en base a 2 grupos, es decir, microempresas con un total de 57 empresas y no microempresas con un total de 20. Aún así sigue desequilibrada pero como se ha visto en la tabla 4.3 el tamaño que predomina es microempresa representando un 73,1% del total.

La tabla 4.9 refleja las medias de los resultados económicos y rentabilidades económica y financiera respecto al tamaño de la empresa una vez establecidos los dos grupos anteriormente nombrados (microempresas y no microempresas).

Como se observa las medias de las 3 variables siempre son mejores en el caso de las microempresas, excepto en la rentabilidad financiera. La diferencia entre medias no puede atribuirse al número de empresas de la muestra. Habría que analizar las empresas que son rentables y las que no lo son dentro de las microempresas para sacar conclusiones.

Aplicando el ANOVA, la tabla 4.10, refleja que ninguna de las 3 variables (resultado económico, rentabilidad económica y rentabilidad financiera) es significativa ya que el nivel de significación en todos los casos está siempre por encima del 5%, por lo tanto, no se puede rechazar la hipótesis nula de que las medias son iguales. No hay diferencias entre las microempresas y las no microempresas en cuanto a resultados económicos y rentabilidades, tanto económica como financiera.

TABLA 4.10. ANOVA RESPECTO A TAMAÑO

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Resultado económico	Inter-grupos	8,879E9	1	8,879E9	,666	,417
	Intra-grupos	9,332E11	70	1,333E10		
	Total	9,420E11	71			
Rentabilidad económica	Inter-grupos	547,302	1	547,302	,896	,347
	Intra-grupos	42739,944	70	610,571		
	Total	43287,246	71			
Rentabilidad financiera	Inter-grupos	8,335E7	1	8,335E7	,350	,556
	Intra-grupos	1,642E10	69	2,379E8		
	Total	1,650E10	70			

Con el objeto de seguir profundizando en el análisis, se va a comprobar si existe relación entre la variable tamaño y la variable actividad de la empresa gracias a la tabla 4.11. Se ha agrupado el tamaño en base a dos criterios, es decir, microempresas y no microempresas. Por otro lado, en cuanto a la variable actividad, se ha eliminado el grupo de bebidas ya que como se explicó anteriormente la muestra estaba desequilibrada respecto al resto (5 empresas). Con ello se pretende que no existan problemas a la hora de interpretar los resultados. Por lo tanto, la muestra queda reducida a 72 empresas.

TABLA 4.11. TAMAÑO Y ACYIVIDAD DE LA EMPRESA

			Actividad		Total
			Lácteos y Huevos	Carne, pescado, pan y frutas	
Tamaño	Micro	Recuento	28	25	53
		% dentro de Tamaño	52,8%	47,2%	100,0%
		% dentro de Actividad	75,7%	71,4%	73,6%
No micro	No micro	Recuento	9	10	19
		% dentro de Tamaño	47,4%	52,6%	100,0%
		% dentro de Actividad	24,3%	28,6%	26,4%
Total	Total	Recuento	37	35	72
		% dentro de Tamaño	51,4%	48,6%	100,0%
		% dentro de Actividad	100,0%	100,0%	100,0%

Por un lado, analizando los porcentajes verticales de la tabla 4.11, se observa que del grupo de lácteos y huevos predominan las microempresas con un 75,7%, ocupando las

no micro un 24,3%. Del grupo de carne, pescado, pan y fruta ocurre exactamente lo mismo, es decir, predominan las microempresas con un 71,4% seguido de las no microempresas con un 28,6%.

Por otro lado, observando los porcentajes horizontales, del grupo de las microempresas predomina el colectivo de lácteos y huevos con un 52,8%, mientras que del conjunto de las no microempresas predomina el grupo de carne, pescado, pan y fruta con un 52,6%.

Finalmente, para analizar los datos referentes a la cadena de suministro, primeramente se han cogido las 3 cadenas de suministro (Canarias, Península y resto y fuera de la Comunidad Europea). En un segundo lugar, se van a establecer dos grupos, es decir, empresas cuyos proveedores lleguen hasta Canarias y empresas cuyos proveedores se sitúen fuera del Archipiélago. Esto se ha realizado dado que la muestra, como en varios casos, está desequilibrada. Por lo tanto, se observará en que cambia el comportamiento de los datos en función de los grupos establecidos.

Los resultados de las tablas podrían variar en función de la muestra elegida y de cómo sea la variabilidad dentro de cada grupo. Si no existe dicha variabilidad, independientemente de la muestra de empresas que se elija, significa que el comportamiento de las medias de dichas empresas siempre será el mismo, por lo tanto, todo dependerá, en ese caso, primeramente del comportamiento de las empresas y en un segundo lugar de la selección de la muestra.

TABLA 4.12. MEDIA DE RESULTADO ECONÓMICO Y RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA RESPECTO A CADENA DE SUMINISTRO

Cadena de suministro		Resultado económico	Rentabilidad económica	Rentabilidad financiera
Hasta Canarias	Media	-17181,94	-5,8106	-3721,8783
	N	36	36	35
	Desv. típ.	148872,309	29,73358	21862,08369
Hasta Península	Media	18764,40	1,1856	4,8828
	N	25	25	25
	Desv. típ.	68610,290	9,37080	36,81169
Resto Comunidad Europea y fuera Comunidad Europea	Media	4154,31	-1,9300	41,2513
	N	16	16	16
	Desv. típ.	53125,907	30,63117	59,20440
Total	Media	-1077,55	-2,7327	-1703,7322
	N	77	77	76
	Desv. típ.	111840,658	25,09447	14838,98675

Analizando la tabla 4.12 se observa que las medias de la cadena de suministro que llega hasta Canarias, en cualquiera de las tres variables toman valores negativos mientras que

en el resto de cadenas los resultados son positivos, excepto en el caso de rentabilidad económica para las cadenas largas (resto y fuera de la Comunidad Europea).

TABLA 4.13. ANOVA RESPECTO A CADENA DE SUMINISTRO

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Resultado económico	Inter-grupos	2,326E10	2	1,163E10	,873	,422
	Intra-grupos	9,188E11	69	1,332E10		
	Total	9,420E11	71			
Rentabilidad económica	Inter-grupos	485,607	2	242,804	,391	,678
	Intra-grupos	42801,639	69	620,314		
	Total	43287,246	71			
Rentabilidad financiera	Inter-grupos	2,903E8	2	1,452E8	,609	,547
	Intra-grupos	1,621E10	68	2,384E8		
	Total	1,650E10	70			

Por otro lado, según se muestra en la tabla 4.13 el nivel de significación en las tres variables no está por debajo del 5%, por lo que no se puede rechazar la hipótesis nula de que las tres medias son iguales. No existen diferencias significativas entre las medias de las 3 cadenas de suministro en las variables de resultado económico, rentabilidad económica y rentabilidad financiera.

TABLA 4.14. MEDIA RESPECTO A CADENA DE SUMINISTRO (2)

Cadena de suministro		Resultado económico	Rentabilidad económica	Rentabilidad financiera
Hasta Canarias	Media	-17181,94	-5,8106	-3721,8783
	N	36	36	35
	Desv. típ.	148872,309	29,73358	21862,08369
Fuera de Canarias	Media	13062,90	-,0302	19,0754
	N	41	41	41
	Desv. típ.	62728,550	20,17190	49,49845
Total	Media	-1077,55	-2,7327	-1703,7322
	N	77	77	76
	Desv. típ.	111840,658	25,09447	14838,98675

En la tabla 4.14 se observa como recodificando la variable "cadena de suministro" no hay cambios respecto a la tabla 4.12 ya que la media tanto de de los resultados

económicos como de los dos tipos de rentabilidades sigue siendo negativa en aquellas empresas cuya cadena de suministro llega hasta Canarias. Para aquellas empresas cuyos proveedores son de fuera de Canarias, la media de los resultados económicos y rentabilidad financiera es positiva, mientras que la de rentabilidad económica es negativa pero con un valor muy pequeño (-0.0302).

TABLA 4.15. ANOVA RESPECTO A CADENA DE SUMINISTRO (2)

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Resultado económico	Inter-grupos	1,753E10	1	1,753E10	1,409	,239
	Intra-grupos	9,331E11	75	1,244E10		
	Total	9,506E11	76			
Rentabilidad económica	Inter-grupos	640,469	1	640,469	1,017	,316
	Intra-grupos	47219,207	75	629,589		
	Total	47859,676	76			
Rentabilidad financiera	Inter-grupos	2,642E8	1	2,642E8	1,203	,276
	Intra-grupos	1,625E10	74	2,196E8		
	Total	1,651E10	75			

Finalmente en la tabla 4.15 igualmente, se observa que aún recodificando la variable "cadena de suministro" en dos grupos (hasta Canarias y fuera de Canarias), vemos que no se pueden sacar unas conclusiones que ayuden al análisis ya que el nivel de significación está por debajo del 0.05 por lo tanto, no son significativas las variables y no se puede rechazar la hipótesis de que las medias son iguales.

5. CONCLUSIONES

El comercio minorista de alimentos es el que tiene un predominio estratégico para las islas ya que son productos que cubren necesidades básicas, perecederos y muchos de ellos proceden de fuera del Archipiélago.

Las actividades que median entre las fases de producción agroalimentaria y el consumidor final son las que componen la cadena de distribución de alimentos. Existen dos tipos de cadenas o canales de suministro, cortas y largas donde las cortas constan de un único intermediario (detallistas).

A la hora de hablar de distribución minorista agroalimentaria se hace referencia a dos tipos de proveedores, por un lado los agricultores y ganaderos, y por otro lado la industria. En este trabajo se ha observado como la Industria y los agricultores y

ganaderos pueden ser canarios o por el contrario de fuera de Canarias, siendo frecuente en los canales largos agentes conocidos como mayoristas o intermediarios.

Canarias ha sido una sociedad principalmente agraria, y aunque actualmente la agricultura solo cubre una quinta parte de las necesidades alimenticias del territorio, algunos de sus cultivos son de alto prestigio y juegan un papel importante en el sector agroalimentario. La agricultura del Archipiélago está situada en un continuo desequilibrio, tanto estructural como comercial. Estas dificultades e inseguridades han dejado a Canarias en desventaja frente a otros sectores que podrían ser más atractivos, por lo que han provocado en muchas zonas una clara desatención del campo. (*Afonso-Carrillo, 2012*)

Según Langreo (2004), la Industria alimentaria en Canarias está marcada por la insularidad, la gran distancia al resto de España, las producciones agrarias orientadas a la exportación, las necesidades de abastecimiento de la población insular y el turismo de las islas.

Analizando los diferentes resultados que se han obtenido en cada una de las tablas se ha observado por un lado, el porcentaje de empresas cuya forma jurídica es Sociedad Limitada es mayor en aquellas cuyos proveedores llegan hasta Canarias. Asimismo, los resultados económicos son peores en la SA, mientras que las rentabilidades son negativas para ambos grupos.

Por otro lado, a medida que aumenta la longitud de la cadena de suministro el porcentaje de microempresas va disminuyendo. Sin embargo, las pequeñas empresas aumentan a la vez que la lejanía es mayor. El grupo de microempresas es el que tiene mayor peso ya que representa el 73,1% del total de la muestra.

Se ha observado que por Forma Jurídica y Tamaño no se han podido sacar evidencias significativas de que existen diferencias entre los grupos respecto a las tres variables (resultado económico, rentabilidad económica y rentabilidad financiera). Aún así se ha reflejado que las medias son mejores en las microempresas y en aquellas que son Sociedad Limitada.

Cabe destacar que entre los tres canales de distribución, es decir, empresas cuyos proveedores llegan hasta Canarias, hasta la Península y al resto y fuera de la Comunidad Europea, el que tiene mayor peso es el canal corto ya que representa un 47% del total, casi la mitad, seguido de los peninsulares y finalmente del resto.

Asimismo, se ha observado que las medias de la cadena de suministro que llega hasta Canarias, en cualquiera de las tres variables (resultado económico y rentabilidades financiera y económica) toman valores negativos mientras que en el resto de cadenas los resultados son positivos.

En base a las cadenas de suministro tampoco se han podido sacar evidencias de que existen diferencias entre los grupos, ya que no se ha rechazado la hipótesis de que las medias son iguales.

La principal respuesta del sector agrario y de las industrias alimentarias, generalmente local y producciones artesanales, las constituyen los canales cortos. (*Maté, 2014*)

Según *Maté (2014)*, un sistema importante de canal corto, por el volumen con el que opera, lo constituyen las ventas directas desde las explotaciones a grupos de gran

demanda como cooperativas de consumidores o grandes colectivos, como colegios y hospitales e incluso la venta directa a grandes grupos de la distribución.

Una de las razones que hace que predomine el canal corto de distribución es el coste del transporte. El coste de los productos es más bajo fuera de Canarias pero a la hora de transportarlo es más caro. A las empresas les sale más rentable que los proveedores sean canarios. A pesar de ello, según un artículo publicado en Eldía.es, Canarias importa el 92% de los alimentos de consumo básico que la población del Archipiélago requiere para su subsistencia diaria. (Lojendio, 2012)

Canarias compra a países extranjeros una gran diversidad de productos, destacando: combustibles, maquinaria, automóviles, alimentos (carne, leche, huevos y derivados), tabaco (para su industria), papel y cartón, así como productos vegetales (legumbres, tubérculos, etc.). Las Islas exportan una gran cantidad de productos al territorio español, pero las importaciones son muy superiores, lo que hace que el resultado final sea una situación más desfavorable para intentar llegar al superávit o a la solvencia económica regional. (GEVIC, 2014)

Finalmente, se han podido sacar conclusiones, en cuanto a la variable de resultado económico, de que existen diferencias entre los grupos que conforman la actividad económica a las que se dedican las empresas (lácteos y huevos y carne, pescado, pan y frutas). La actividad que tiene mayor peso es la de los huevos y lácteos ya que representa el 48,7% del total de la muestra (37 empresas).

Las medias de las tres variables (rentabilidades económica y financiera y resultado económico) son mejores en los lácteos y huevos ya que son positivas, mientras que en carne, pescado, pan y frutas son negativas. Existen diferencias de medias, siendo mayor en lácteos.

Asimismo, cruzando datos en base al tamaño y a la actividad se ha podido llegar a la conclusión de que dentro del grupo de las microempresas predomina el colectivo de lácteos y huevos con un 52,8%, mientras que del conjunto de las no microempresas predomina el grupo de carne, pescado, pan y fruta con un 52,6%.

Se podría decir que las microempresas se dedican en su mayor parte a la distribución de productos lácteos y huevos, alimentos considerados de consumo básico.

En definitiva, se ha observado que predominan las empresas cuyo canal de distribución es corto, siendo la mayoría microempresas, donde la distribución de lácteos y huevos representa casi la mitad de la muestra. En relación a esto último, en la actividad ha sido donde único se han podido sacar evidencias de que existen diferencias entre los grupos de actividades en base a la variable de resultado económico, siendo el grupos de lácteos y huevos el que tiene mejores resultados. Las empresas prefieren a proveedores canarios por el tema de transporte, ya que a la hora de traer la mercancía no les es restable. Sin embargo, se han visto indicios de que estas empresas con canales cortos no tienen buenos resultados ya que las medias tanto de la rentabilidad económica como financiera, además del resultado económico son negativas, lo que podría explicarse por la alta dependencia de las islas de las importaciones (92%) o por el bajo nivel de producción de las microempresas que son las que predominan en los canales cortos.

Una de las limitaciones que contiene este Trabajo es la disponibilidad de los datos del SABI, siendo el 2012 el último año disponible. Otra limitación es que cuando se habla de los suministros del comercio minorista de alimentos, no se hace una distinción entre agricultores, industria alimentaria, intermediarios, etc. Finalmente, hay que destacar que cuando se habla de suministro, éste no tiene que ser únicamente alimentario ya que existen empresas que además del comercio de alimentos se dedican al comercio textil, tabaco, construcción, entre otros.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Afonso-Carrillo, J. (2012). *Agricultura en Canarias. Conciliando tradición y Ciencia*. Actas VII Semana Científica Telesforo Bravo. Instituto de estudios hispánicos de Canarias. (p.3). Puerto de la Cruz, Tenerife.
(http://www.iehcan.com/wp-content/uploads/2013/02/LIBRO_Actas_VII_2012-WEB.pdf)
- Alimarket (2009) Distribución alimentaria y mercados agroalimentarios en España. La gran distribución en España. Alimarket, N°226, Marzo 2009.
(http://www.coag.org/rep_ficheros_web/0306e0860e91f6ff7fd477686552ce66.pdf)
- ARDAN (2014). *La distribución minorista de alimentos en España*.
(<http://www.ardan.es/ardan/media/flash/distalimentacion.pdf>) (disponible el 28 de mayo de 2014)
- Cavoret, J. (2011). Optimización de la cadena de suministro de larga distancia, *Énfasis Logística*. 12 septiembre. (<http://www.logisticamx.enfasis.com/notas/20368-optimizacion-la-cadena-suministro-larga-distancia>)
- Eldia.es (2014 28 Marzo). Las ventas del comercio minorista crecen en Canarias un 4,3% en febrero. *Eldía.es* <http://eldia.es/2014-03-28/canarias/1-ventas-comercio-minorista-crecen-Canarias-febrero.htm> (disponible el 28 de mayo de 2014)
- Fondse M. (2012). *Gown close to home: a typology of short food supply chain business models in the Netherlands*- Tesis Doctoral. Universidad de Wageningen.
- García-Pérez, A.M.& China, A. (2012) Introducción. En García-Pérez, A.M & China, A. (2012). *La actividad agroalimentaria en Canarias. Un enfoque de cadena de suministro* (pp 12-19). Santa Cruz de Tenerife. FundaciónFyde CajaCanarias.
- García-Pérez, A.M., Yanes, V. & Oreja, J.R. (2012). Alianzas estratégicas en la cadena de suministro agroalimentaria en Canarias. En García-Pérez, A.M. & China, A. (2012). *La actividad agroalimentaria en Canarias. Un enfoque de cadena de suministro* (pp. 257-287). Santa Cruz de Tenerife. FundaciónFyde CajaCanarias,
- (GEVIC). Gran Enciclopedia Virtual Islas Canarias (2014). *¿Con quién comercia Canarias?*
(http://www.gevic.net/info/contenidos/mostrar_contenidos.php?idcat=21&idcap=151&idcon=595) (disponible el 1 de junio de 2014)

- Hernández J.M. & Ríos D. (2012). La producción alimentaria en Canarias estado actual y tendencias para su valorización. En García-Pérez, A.M. & Chinae, A. (2012). *La actividad agroalimentaria en Canarias. Un enfoque de cadena de suministro* (pp 25-46) Santa cruz de Tenerife. FundaciónFyde Cajacanarias.
- Langreo, A. (2004). La industria alimentaria en las Comunidades Autónomas. *Distribución y Consumo*. Enero-Febrero (http://www.mercasa.es/files/multimedios/1292517441_DYC_2004_73_5_30.pdf)
- Lojendio, S. (2012). *Canarias depende de la importación del 92% de alimentos de consumo básico*. Eldía.es. 5 de noviembre. (<http://eldia.es/2012-11-05/economia/4-Canarias-depende-importacion-alimentos-consumo-basico.htm>)
- Maté, V. (2014 27 de Abril). Intermediarios no, gracias. *El País* (p. 14- Negocios)
- Sainz de Vicuña, J.M. & Del Pino González, A. (2008). *Los Restos estratégicos de la distribución alimentaria española. Distribución y Consumo, noviembre-diciembre*.
- Sanfiel, J.M. & Ramos, A. (2012). Las Relaciones de poder y la integración en la cadena de suministro alimentaria: implicaciones en la implantación de la trazabilidad de los alimentos. En García-Pérez, A.M. & Chinae, A. (2012). *La actividad agroalimentaria en Canarias. Un enfoque de cadena de suministro* (pp 73-102). Santa Cruz de Tenerife. FundaciónFyde CajaCanarias.
- Sanfiel, M.A., Ramos A. & Oreja, J.R. (2007). *Las relaciones industria agroalimentaria- Distribución en la implantación de un sistema de trazabilidad hacia adelante. Instituto Universitario de la Empresa. Serie Estudios 2007/65*. Universidad de La Laguna. Santa Cruz de Tenerife
- SVD consultores por encargo de la Asociación de Cadenas españolas de Supermercados (ACES), (2008). *La Distribución Agroalimentaria y transformaciones estratégicas en la cadena de valor*. Ministerio de Medioambiente y Medio Rural y Marino. Madrid. (http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/cadena_valor_tcm7-7870.pdf)
- Tribunal de defensa de la Comunitat Valenciana (2014). *Estudio sobre la distribución comercial minorista de alimentación en la comunitat valenciana*. (http://www.indi.gva.es/porta1/export/sites/default/contenidos/Documentos_Areas/Economia/Defensa_Competencia/RESOLUCIONES_TDCCV_WEB_INDI/Estudio_Distribucixn_Comercial_Alimentaria.pdf) (Disponible el 28 de mayo de 2014)