

LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA LEONESA: UN REPLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO

Alfredo Macías Vázquez
Área de Economía Aplicada
Departamento de Economía y Estadística
Universidad de León
e-mail: amacv@unileon.es

1. Introducción – 2. La industria agroalimentaria: territorio, innovación y desarrollo rural – 3. Características básicas de la industria agroalimentaria castellano y leonesa – 4. Calidad y territorio en la industria agroalimentaria leonesa – 5. Comercialización e innovación tecnológica en la industria agroalimentaria leonesa – 6. Reflexiones finales – Referencias

1. Introducción

La idea fundamental que queremos transmitir en este capítulo es la siguiente: la industria alimentaria debe constituirse en un eje central de la estrategia de desarrollo provincial. León se encuentra en proceso de reinención como espacio económico, en un contexto de transición posindustrial donde los factores que explican el crecimiento y la generación de bienestar en el pasado ya no tienen relevancia en el presente. Por lo tanto, es necesario innovar. Pero esta innovación no tiene por qué basarse exclusivamente en la promoción de nuevas actividades económicas, puede concretarse también en nuevas fórmulas de puesta en valor de lo tradicional. En este ámbito, la industria agroalimentaria ofrece enormes potencialidades.

Por estas razones, en este capítulo nos hemos concentrado especialmente en analizar los vínculos entre la mejora de la calidad y los factores territoriales que la explican, tanto desde un punto de vista teórico como empírico. En este sentido, la provincia leonesa representa

un ámbito territorial enormemente diverso y rico como para desarrollar con éxito este tipo de estrategia. A menudo, la industria agroalimentaria, en especial la compuesta por sistemas productivos de pequeñas empresas en zonas rurales, ha sido minusvalorada en los procesos de desarrollo económico. Sin embargo, debería de reconsiderarse tal planteamiento. Existe un potencial de generación de valor añadido en la puesta en práctica de estrategias de diferenciación territorial de la calidad que, en el caso leonés, todavía disponen de un amplio margen de actuación.

Paralelamente, no hay que olvidar dos cuestiones. Por un lado, que otras actividades económicas, como el turismo o la puesta en valor del patrimonio, se verían muy beneficiadas por la activación de este tipo de procesos de desarrollo, lo que permitiría planificar estrategias más coherentes a escala provincial. Por otro lado, es importante también tener presente la relevancia de las instituciones públicas de carácter regional y provincial y su implicación en las políticas de mejora de la calidad, particularmente mediante la promoción de la comercialización y las acciones

de apoyo a la investigación y a la innovación en el ámbito de las tecnologías agroalimentarias.

2. La industria agroalimentaria: territorio, innovación y desarrollo rural

La industria agroalimentaria está atravesando transformaciones de gran calado, que deben ser inscritas en el contexto de las transiciones posindustriales que se están produciendo en nuestras economías. Estas transiciones posindustriales se caracterizan por una relevancia mayor de las actividades económicas intensivas en conocimiento y otros activos intangibles. Por otro lado, la generación de valor añadido se encuentra asociada con la incorporación de trabajo inmaterial y las economías de red. Y, por último, estructuralmente se expresa en un desplazamiento de las actividades propiamente industriales a las de servicios de apoyo a la producción. En dicho contexto, la industria agroalimentaria está experimentando una renovación sustancial de los factores que explican la evolución de la competitividad y los procesos de desarrollo de dicha industria.

En este apartado, queremos introducir los elementos teóricos que nos pueden permitir mejorar nuestra comprensión de las estrategias que la industria agroalimentaria debe adoptar para insertarse con éxito en estas transiciones posindustriales. Lo hacemos enfocando nuestra atención en las oportunidades y desafíos que se les presentan a las PYMES y pequeños productores rurales en general en este nuevo contexto económico, con la idea de lanzar un mensaje central: la suerte de la industria agroalimentaria en una zona periférica, como es el caso de la provincia leonesa, está vinculada con la promoción del desarrollo rural de sus territorios específicos, lo cual implica poner en valor sus activos específicos sin renunciar a los avances tecnológicos.

Por un lado, hay que tomar en consideración que los mercados agroalimentarios se encuentran enormemente saturados. Esto ha sido aprovechado por una distribución comercial muy concentrada para limitar las ganancias de los productores primarios y las industrias agroalimentarias, y mantener el control sobre los mismos. El

estancamiento demográfico y los fuertes incrementos de la productividad agraria explican en gran medida esta situación. Por otro lado, las preferencias de los consumidores están cambiando. Los mayores niveles de renta per cápita en las zonas urbanas, junto con una mayor valoración de las tradiciones que sustentan la identidad y una mayor preocupación por la salud humana y la seguridad alimentaria, implican un cambio importante en el comportamiento de la demanda de alimentos. Las industrias no deben esperar incrementos importantes en sus ingresos por el hecho de ofrecer sus productos más baratos que otros competidores, o por intentar venderlos en mercados donde se produzcan incrementos marginales en la renta de los consumidores. En cambio, los factores de diferenciación del producto de carácter sociocultural, territorial o dietético pasan a desempeñar una explicación importante en el crecimiento de los ingresos por ventas. Los consumidores no van a gastar más en comer, pero están cambiando sus preferencias. En términos relativos, prefieren consumir alimentos diferenciados culturalmente, pues identifican las prácticas tradicionales en la producción y su mantenimiento en los lugares de origen como un indicador confiable de calidad y de seguridad de los productos agroalimentarios (Sanz, 2002).

En este sentido, la diferenciación sociocultural, es decir, la posibilidad de otorgar una identidad a los alimentos en función de quién, dónde y cómo los produce, puede representar un importante factor de competitividad si los consumidores la asocian con una mejora de la calidad del producto y del cuidado de la naturaleza. Si esto ocurre, las ventas podrían incrementarse sin bajar los precios y reducir consecuentemente los ingresos. Las comunidades rurales podrían pensar en mejores condiciones su viabilidad social, articulando incluso instituciones de acción colectiva, alrededor de las prácticas tradicionales y de los lugares de origen, que les permitiesen desarrollar cierto grado de poder de mercado en el contexto de la cadena agroalimentaria frente a los grandes grupos de la distribución comercial.

Este poder de mercado se traduciría en una mayor capacidad para generar y fijar territorialmente el valor agregado. Esta apropiación local

de un margen de valor relativamente mayor en la cadena agroalimentaria puede fomentar una mejor retribución de los factores de producción en los mercados locales, que amortiguaría sensiblemente los efectos más nocivos de la globalización. Si esta apropiación va acompañada de las instituciones locales adecuadas, podríamos asistir a la formación de un sistema de precios y de asignación de los recursos que no derivaría directamente de la lógica de los mercados globales. Parafraseando a Polanyi, tendríamos la oportunidad de construir “mercados incrustados”, capaces de no caer en la tentación de autorregularse sino de someterse a los mecanismos de regulación del conjunto de la sociedad rural (Polanyi, 1989, pp. 103-134).

En el ámbito de la innovación, nos interesan especialmente dos facetas: la tecnológica y la organizativa. En la producción agroalimentaria, la innovación tecnológica puede darse en el ámbito agrario o agroindustrial. En el primero, nos estaríamos refiriendo a la adopción y la difusión de tecnologías en los sistemas de cultivo (considerando las restricciones técnicas de tipo orográfico y climatológico), en los tratamientos fitosanitarios, en la fertilización, en la selección clonal de variedades (ya sea natural o mediante modificación genética), en los sistemas de regadío y las plantaciones intensivas, en la recolección y los sistemas de transporte, en los instrumentos de trabajo agrario o en los equipos de tracción mecánica. En el segundo ámbito, estaríamos hablando de innovaciones en los sistemas de producción (refinación, destilación, pasteurización, fermentación, etc.), en la maquinaria industrial, en las líneas de envasado, en los laboratorios de análisis químicos y organolépticos (paneles de cata), en los almacenes, bodegas y demás depósitos, en los sistemas de limpieza e higiene, en el tratamiento de los residuos y en la obtención de subproductos.

Este conjunto de innovaciones tecnológicas ha permitido un considerable crecimiento de la productividad agraria. Pero también, ha significado la consolidación de unas relaciones más asimétricas en el interior de la cadena agroalimentaria, en beneficio de las grandes industrias y grupos de distribución y en perjuicio de los propios agricultores. No siempre los

incrementos de los costes financieros asociados a la adopción de las tecnologías se han podido trasladar a los precios, con el consiguiente deterioro de las rentas agrarias. No obstante, es importante destacar que la difusión de este tipo de innovaciones ha permitido una mejora sustancial de la calidad organoléptica de los alimentos, que puede ser tan importante para los consumidores como la calidad diferencial de aquellos que presentan una fuerte identidad sociocultural. De hecho, ambas mejoras en la calidad de los alimentos no deben ser percibidas como contradictorias, a pesar de la tendencia culturalista a identificar la tipicidad con la excelencia. Por el hecho de serlo, no todo alimento tradicional tiene que ser aceptado por un consumidor sensible a la diferenciación sociocultural del producto. Para que este consumidor esté dispuesto a pagar un precio mayor por el mismo, es necesario que su calidad organoléptica y sanitaria sea adecuada, es decir, que mantenga unas excelentes condiciones de sabor, olor y presencia visual, que las condiciones higiénicas y de conservación sean óptimas, etc.

Pero no todas las consecuencias son positivas en el ámbito propiamente productivo. El uso abusivo de ciertas tecnologías, especialmente las químico-biológicas, ha implicado la aparición de ciertos escenarios de inseguridad alimentaria, como por ejemplo la crisis de las “vacas locas”, los benzopirenos en el aceite de orujo de oliva, el pollo con dioxinas, la contaminación del aceite de girasol en Ucrania, etc. Por otro lado, es evidente que la proliferación de ciertas tecnologías, como por ejemplo el uso de herbicidas en zonas de pendiente, los fertilizantes químicos, los productos fitosanitarios o los sistemas de riego intensivo en zonas áridas o semiáridas, ha traído como consecuencia un significativo deterioro medioambiental (erosión, contaminación de los suelos y de la capa freática, sobreexplotación de los acuíferos y de los recursos hídricos, desaparición de especies animales, pérdida de biodiversidad, etc.), que requiere actualmente la adopción de nuevas tecnologías más respetuosas con la naturaleza, como las incluidas en los protocolos de

*producción integrada*¹ o de *agricultura ecológica*².

Para abordar esta cuestión, es importante tener en cuenta que la adopción de ciertas instituciones de acción colectiva puede imprimir una dirección en el proceso de innovación tecnológica que permita una mayor capacidad por parte de las comunidades rurales para incrementar y captar territorialmente el valor agregado generado en la producción de alimentos tradicionales. En zonas rurales caracterizadas por una marginación histórica de los procesos de desarrollo nacional y por fenómenos de descomposición social asociados a los procesos migratorios de la población más joven, hablar de la adopción de instituciones de acción colectiva significa referirse a un proceso de innovación organizativa a escala local en plena regla. Nos estamos refiriendo a procesos que suponen un auténtico revulsivo en la sociedad rural tradicional, que pueden enfrentarse con múltiples obstáculos y resistencias en el propio medio social, pero que pueden llegar a poseer incluso una verdadera carga simbólica positiva en el inicio de una nueva senda de desarrollo y de inserción en los mercados globales.

Entre las instituciones de acción colectiva vinculadas con las estrategias de puesta en valor de los recursos tradicionales locales, debemos destacar principalmente la puesta en marcha de dos tipos funcionales de entidades: la organización colectiva de la calidad y la comercialización en común. Normalmente, esta

última suele ser el resultado de un emprendimiento cooperativo a escala local, en cooperativas de segundo o tercer grado que agrupan cooperativas agroindustriales de primer grado. Las intervenciones públicas, a lo sumo, suelen incentivar este tipo de experiencias mediante instrumentos fiscales. Cuando las autoridades juegan un papel demasiado activo suelen representar un obstáculo al desarrollo de un recorrido propio por parte de las comunidades, pervirtiendo sus efectos potencialmente más positivos y, lo que es peor, cayendo presas de la corrupción y de los engranajes de las maquinarias políticas. No obstante, en los últimos años, asistimos a la proliferación de iniciativas colectivas en el ámbito de la comercialización electrónica y del comercio justo, que por diferentes motivos suelen presentar una dinámica más independiente de los acontecimientos políticos.

Por su parte, la organización colectiva de la calidad puede concretarse en la inserción en el mercado mediante distintos signos distintivos de calidad. Además de las certificaciones agroambientales, como la producción integrada y la agricultura ecológica, donde la diferenciación cultural se encuentra asociada con el impacto ambiental de las prácticas agrarias; debemos considerar otro tipo de organización colectiva de la calidad, las *denominaciones geográficas de calidad*. En este caso, los atributos distintivos tienen su origen en las características diferenciales del medio natural y/o de los métodos de elaboración que son típicos de un ámbito territorial determinado y tienen una traducción a nivel organoléptico: las denominaciones de origen protegidas y calificadas, las indicaciones geográficas protegidas, los lábeles regionales de calidad, etc. En todos los casos, ya sean denominaciones geográficas o certificaciones agroambientales, existen reglamentos que definen las características de las prácticas agrarias y agroindustriales, así como los atributos y los niveles de calidad del producto, a nivel organoléptico y físico-químico, requeridos para que los productos puedan ser convenientemente certificados por los organismos de regulación que desempeñan esa función.

A diferencia de lo que ocurre con la comercialización en común, la peculiaridad más destacada de estas organizaciones colectivas

¹ La producción integrada es un sistema de producción agraria respetuoso con el medio ambiente, a medio camino entre la agricultura ecológica y la convencional. En ella se permite el uso de agroquímicos, como los fertilizantes y los productos fitosanitarios, pero de forma controlada y justificada, cumpliendo las normas que regulan este tipo de producción.

² La agricultura ecológica es un sistema de cultivo basado en la utilización óptima de los recursos naturales, sin emplear productos químicos de síntesis -ni para abono ni para combatir las plagas-, u organismos genéticamente modificados, logrando de esta forma obtener alimentos orgánicos a la vez que se conserva la fertilidad de la tierra y se respeta el medio ambiente. Esta agricultura se basa en el mantenimiento de la fertilidad del suelo incorporando compost u otros elementos, así como técnicas como la rotación de cultivos.

de la calidad es que poseen una naturaleza público-privada, donde se combina una promulgación pública de dichos reglamentos con su gestión colectiva por parte de los agentes productivos locales. ¿Por qué es importante la existencia de unos reglamentos emanados del poder público? Estas organizaciones tienen por objetivo mejorar las condiciones de generación y de captación del valor agregado producido por las comunidades rurales. Este valor agregado potencial es consecuencia de un recurso intangible local: los conocimientos tradicionales presentes en un contexto sociocultural. Obviamente, se trata de un recurso que puede ser expropiado si ciertos grupos empresariales son capaces de implantar dichas prácticas productivas en otro territorio, o son capaces de codificar ciertos conocimientos tradicionales para su transmisión a otros ámbitos productivos, como desgraciadamente está ocurriendo con los conocimientos indígenas sobre los usos medicinales de hierbas y otros recursos naturales, de cuyos potenciales beneficios terapéuticos los laboratorios farmacéuticos están logrando apropiarse mediante su codificación en fórmulas químicas, que son patentadas en los países occidentales.

Más allá de esta intervención pública que busca desarrollar una protección jurídica de los saberes tradicionales y sus potenciales beneficios económicos para la comunidad, en líneas generales es difícil identificar la génesis de estos procesos de organización colectiva. Si se trata de una iniciativa surgida desde las administraciones públicas o más bien asistimos a una experiencia surgida endógenamente, desde los actores más dinámicos de la propia comunidad. En las zonas rurales periféricas, suele prevalecer la iniciativa del poder estatal, pero es cierto que debemos matizar, pues en ocasiones la intervención exterior puede imprimir un sesgo al proceso, involucrando en mayor medida las dinámicas de la comunidad y de los agentes externos a la misma. De todas maneras, ningún proceso de estas características será viable en el medio y el largo plazo si no cuenta con la participación social activa de las comunidades rurales.

En este sentido, es importante no olvidar que estas estrategias pueden hacer parte de una nueva concepción del desarrollo rural (Tallec, 2004). No sólo la acción unilateral de la tecnología se vuelve incapaz de mejorar las condiciones

socioeconómicas de la población rural, como ya hemos mencionado; también las políticas públicas son ineficaces si se entienden como instrumentos que se aplican sobre un conjunto humano sin iniciativa, como una masa moldeable por los servicios de extensión agraria. Al contrario, las políticas públicas deben renunciar a su pretensión de objetividad científica, a su condición de meros instrumentos estructurales. En realidad, el contenido de las intervenciones públicas en desarrollo rural debe plasmarse en fórmulas organizativas donde las comunidades aprenden en primera persona a transformarse en los auténticos protagonistas de los procesos de desarrollo.

La funcionalidad económica de la organización colectiva de la calidad está directamente relacionada con la mayor capacidad para generar valor agregado en las actividades de los sistemas rurales de producción, así como para retener un mayor margen de dicho valor en el territorio. Para verificar en cada caso si la organización colectiva de la calidad cumple estas funciones, debemos comprender cuáles son las fuentes de creación de valor que activan los signos distintivos de calidad y qué circunstancias hacen posible que la generación de valor revierta en beneficio de las comunidades rurales (Sanz, 2007).

La fuente principal de generación de valor que una producción agroalimentaria con certificación de calidad pone en marcha consiste en la obtención de *rentas de diferenciación*, es decir, la obtención por parte de los productores rurales de unos ingresos extraordinarios que no son el resultado de un incremento de la productividad o de una disminución de los costes de producción, sino de aprovechar un recurso escaso, que los demás productores no tienen (y que por tanto no pueden certificar), y que la demanda valora porque permite diferenciar el producto: los conocimientos tradicionales locales, las características propias del territorio, las variedades típicas en diferentes productos agropecuarios, etc. Por ejemplo, si en nuestra provincia se da una variedad típica de uva o se produce de una manera específica el queso, si certifico su calidad típica y los consumidores la valoran adecuadamente, se pueden vender los productos resultantes a un precio mayor en el mercado.

En estos casos, que se corresponden con las denominaciones geográficas de calidad, como productor estaría disfrutando de una especie de renta de monopolio, que no sería el resultado de los privilegios políticos ni de la presencia abusiva de grandes empresas sino de las barreras a la entrada derivadas de la *protección jurídica* que estos tipos de certificación de la calidad implican. En el caso de las certificaciones ambientales de calidad, la generación de rentas de diferenciación tiene una naturaleza diferente. No hablaríamos propiamente de barreras territoriales a la entrada pues en principio todos los productores, independientemente de a qué zona geográfica pertenezcan, pueden realizar prácticas agroambientales de cultivo. No obstante, estos sistemas agroambientales de producción hacen referencia a prácticas agrarias de escasa presencia, precisamente por el carácter oligopólico de la industria de insumos químico-biológicos y de la distribución comercial. Por ello, existe una barrera a la entrada para los pequeños productores locales en el sentido que en un mercado donde existe una presión a la baja en la formación de los precios como resultado del poder de mercado de la gran distribución agroalimentaria, sin embargo el coste total medio de producción es significativamente más alto que en la agricultura convencional.

Por otro lado, este tipo de certificaciones geográficas y agroambientales de calidad permite reducir los *costes de transacción* asociados al mantenimiento de la seguridad de los alimentos y al control de su calidad, que se materializa actualmente en el seguimiento obligatorio de la trazabilidad de los productos. Es decir, los grupos de distribución están obligados a garantizar ante los consumidores la calidad y la seguridad sanitaria de los alimentos que venden, mediante sistemas de control y de supervisión que engloben los diferentes eslabones de la cadena agroalimentaria. En realidad, se trata de una tarea demasiado costosa de garantizar por parte de dichos grupos, pues éstos no tienen un acceso directo a los lugares de producción. ¿Cómo se pueden abaratar dichos costes? Haciendo responsable de dicha tarea de control y de supervisión a los propios productores. Las certificaciones de calidad pueden desarrollar esta función, pues realmente suponen un sistema de organización

por parte de los productores de la calidad de los alimentos, cuyo sello de garantía sería la propia etiqueta donde el organismo de regulación correspondiente certifica el cumplimiento de unas determinadas normas de cultivo y de elaboración. Cuando los grupos de distribución reciben los alimentos etiquetados de esta manera, en realidad se están ahorrando costes. Por ello, les conviene desarrollar una cierta estabilidad en las relaciones comerciales con los productores organizados de esta manera, lo cual también implica que la relación entre ellos deja de ser tan asimétrica y los productores pueden llegar a negociar mejores precios para sus intereses. Además, desde el punto de vista de las condiciones de comercialización pueden acceder a ciertas condiciones ventajosas, como el establecimiento de marcas propias o un mejor posicionamiento en los lineales de venta en las grandes superficies comerciales.

En tercer lugar, la organización colectiva asociada a la construcción de signos distintivos de calidad puede suponer la generación de *efectos externos*³ para los territorios implicados. En primer lugar, las certificaciones de calidad pueden contribuir a reducir los impactos negativos de la producción agroalimentaria sobre el territorio, como claramente ocurre en el caso de la agricultura ecológica o de la producción integrada (Whyte, 2002). En segundo lugar, pueden generar efectos positivos como el impulso de las relaciones de cooperación entre los mismos productores y entre éstos y las instituciones regionales y locales de apoyo al desarrollo rural. Además, estos efectos positivos pueden trasladarse también a las actividades vinculadas con la puesta en valor del patrimonio natural y cultural. Por ejemplo, a través de la promoción de rutas turísticas y del patrimonio gastronómico local.

Cara al futuro, una prioridad de los organismos de regulación de los signos de calidad certificada ha de ser "internalizar" dichos efectos externos en forma de rentas asociadas a la etiqueta certificadora, promocionando determinados atributos del producto alimentario. Esto

³ Decimos que una actividad genera externalidades, o efectos externos, cuando benefician a terceros (positivas) o les perjudican (negativas), sin que éstos sean compensados o paguen por ella.

concuera con la constatación de que las estrategias de diferenciación han de abordarse cada vez más mediante enfoques multiatributo del factor calidad. Así, en el esquema actual de adopción de innovaciones en las zonas rurales más dinámicas, es decir, en los consejos reguladores o en las asociaciones de agricultura ecológica o de producción integrada más consolidadas, una vez que se ha alcanzado un umbral alto de calidad de producto, el objetivo podría ser producir alimentos de calidad en los que se incorporen, además de la diferenciación por excelencia organoléptica o por tipicidad, atributos de respeto al medio ambiente, de trazabilidad y de carácter paisajístico, cultural o gastronómico. Integrar requerimientos de producción integrada en los reglamentos o en la praxis de las denominaciones geográficas de calidad, o bien incorporar aspectos de tipicidad en la agricultura ecológica, o bien promocionar mediante las etiqueta intangibles asociados a paisajes agrarios singulares, son sólo algunos ejemplos (Sanz y Macías, 2008).

La organización colectiva de la calidad no sólo facilita el proceso de adopción y de difusión de innovaciones tecnológicas en un sistema productivo rural, sino que además lo orienta en una determinada dirección estratégica: la diferenciación territorial o agroambiental en calidad. En zonas rurales, esta cuestión se torna más importante por dos motivos. Por un lado, como ya hemos explicado, porque la diferenciación territorial de los alimentos de calidad constituye una opción competitiva para muchas pequeñas y medianas empresas en sistemas rurales de producción que sienten la presión que les imponen los grandes grupos de la distribución comercial en unos mercados agroalimentarios estructuralmente saturados. Por otro lado, la orientación estratégica del proceso de difusión de innovaciones tecnológicas permite restar influencia en este campo a la actividad difusora de las empresas suministradoras de insumos químico-biológicos, que en muchas ocasiones ha tenido efectos negativos sobre el medio ambiente y ha subordinado todavía más la posición de los productores rurales en la cadena de valor. Para producir atributos de calidad que otorguen notoriedad y excelencia a los alimentos, se requiere por lo tanto desarrollar paralelamente estrategias de

organización colectiva, que favorezcan la articulación institucional entre dichos actores locales de relaciones de difusión de innovaciones tecnológicas.

Por todo ello, la potencialidad de la organización colectiva de la calidad resulta particularmente interesante. En diferentes circunstancias, se puede constatar que la difusión de innovaciones orientada por este tipo de instituciones de acción colectiva se encamina de una manera mucho más eficaz y planificada en torno a la mejora del factor calidad del producto, por lo que habitualmente tiene lugar una alta interdependencia entre las estrategias de innovación y las de calidad (Sanz y Macías, 2005). En consecuencia, los mecanismos de supervisión y de funcionamiento interprofesional, inherentes a la función de garantía de calidad que ejercen los organismos de regulación de estas instituciones, contribuyen de una manera aceptable a la difusión de las técnicas más avanzadas tanto en la agricultura como en la elaboración agroindustrial. En muchas ocasiones, estos organismos son los responsables de la codificación de los conocimientos locales tácitos en torno a la aplicación de las “buenas prácticas” agrarias y agroindustriales de carácter tradicional, que confieren tipicidad a los alimentos. Mediante la redacción y la difusión de “pliegos de normas de calidad”, pueden conseguir que en este proceso de codificación de los conocimientos locales se integren y se adopten por parte de los productores rurales nuevos conocimientos científico-técnicos que favorezcan la mejora de la calidad normativa y organoléptica de los productos agroalimentarios.

Asimismo, las propias organizaciones colectivas de la calidad se convierten con frecuencia en vectores de difusión de innovaciones, llevando a cabo una labor continuada –normalmente, con la ayuda de apreciables subvenciones públicas– en el ámbito de la formación y la capacitación de los agricultores y del personal técnico de las agroindustrias de primera transformación. Además, pueden adquirir un papel central en la movilización de iniciativas innovadoras, como, por ejemplo, la producción integrada y la agricultura ecológica. Por último, los técnicos agrónomos de los organismos

reguladores realizan no sólo labores de inspección, de control de calidad y de certificación, sino que además, en determinadas ocasiones, pueden prestar un valioso apoyo, a pie de campo y en las mismas instalaciones agroindustriales, en la resolución de problemas concretos en materia de calidad a los agricultores y a los técnicos. En algunos casos, estas tareas se pueden realizar en colaboración con los servicios de extensión agraria.

No obstante, consolidar esta interdependencia entre la dinámica de innovación y de calidad puede ser más dificultoso de lo que aparenta a simple vista. Implica el mantenimiento de un equilibrio entre los conocimientos y las prácticas tradicionales y las nuevas tecnologías que se pretenden adoptar, cuya armonía se vincula muy estrechamente con el marco de relaciones de cooperación que se establecen entre los diversos actores e instituciones locales. Por ejemplo, normalmente las denominaciones geográficas de calidad pretenden proteger y supervisar la aplicación de determinadas técnicas de producción tradicionales, el cultivo de las variedades autóctonas y el mantenimiento de la actividad agropecuaria en un determinado territorio, aunque esto no siempre sea compatible con lograr los mejores estándares normativos en materia de calidad del producto. En ocasiones, la defensa de la tradición está reñida claramente con la mejora de los estándares normativos en materia de calidad, como ocurre con productos como los quesos de Rochefort o de Cabrales.

Por último, las relaciones de cooperación que las organizaciones colectivas de calidad establecen con otras instituciones regionales y locales de apoyo el desarrollo rural sostenible también pueden desempeñar una función importante en la incorporación y la difusión de nuevas tecnologías más respetuosas con el medio ambiente y más comprometidas con la seguridad de los alimentos. Por ejemplo, la incorporación de las denominaciones geográficas de calidad en los Planes de Desarrollo Sostenible de sus áreas territoriales, especialmente cuando se trata de Parques Naturales o espacios protegidos. Por lo tanto, las relaciones de cooperación interinstitucional hacen parte con pleno derecho de la definición de esta orientación estratégica del esquema de difusión

de innovaciones tecnológicas en las zonas rurales históricamente marginadas.

3. Características básicas de la industria agroalimentaria castellano y leonesa

La industria agroalimentaria representa la principal actividad industrial en la Unión Europea, suponiendo un 16% de la facturación total y un valor superior a 956.200 millones de euros. La industria agroalimentaria europea procesa más del 70% de los alimentos producidos en la misma. Cuenta con cerca de 274.000 empresas, siendo el 99,1% de ellas PYMES con menos de 250 trabajadores, que dan empleo a 4,1 millones de personas representando el 48,7% del total de la producción y el 63% del conjunto de los puestos de trabajo que genera el sector agroalimentario en la UE⁴.

La industria agroalimentaria española ocupa el quinto puesto en valor de las ventas, por detrás de Alemania, Francia, Italia y Reino Unido. Como ocurre en otras ramas industriales, las grandes empresas de la alimentación tienden a operar en mercados globales, mientras que las PYMES lo hacen en mercados más próximos geográficamente. En España, la industria agroalimentaria representa la primera rama industrial, suponiendo el 19,66% de las ventas

⁴ Conviene aclarar antes que nada qué se entiende por "sector agroalimentario". A grandes rasgos son los elementos que lo componen: por una parte, el tradicionalmente conocido como sector primario, es decir, el conjunto de actividades formado por la agricultura, la ganadería, la silvicultura y la pesca; por otro lado, la llamada agroindustria o industria agroalimentaria, en la que se incluyen aquellas empresas o actividades en las que se produce una transformación de las materias primas agrícolas o ganaderas, más allá de la mera distribución, incorporando en el proceso un valor añadido y dando lugar a productos elaborados o semielaborados. Dadas las características del presente capítulo, el análisis se centra básicamente en el estudio de las manufacturas agroindustriales, sin dejar obviamente de incidir en el sector agrícola y ganadero en lo referente a aquellos aspectos en los que su caracterización es especialmente relevante o significativa en la situación, evolución o perspectivas de las actividades de tipo industrial.

netas del producto, el 17,48% de las personas ocupadas, el 16,96% de las inversiones en activos materiales y el 15,29% del valor añadido (MAGRAMA, 2013).

En los últimos años, la agroalimentación viene sufriendo un proceso de ajuste, ciertamente más ligero que en otras ramas industriales, donde hay que destacar como novedad una mejora en la excesiva atomización con un leve descenso del número de establecimientos en activo. Por Comunidades Autónomas, sobresale Andalucía con el 18,4% de los establecimientos empresariales, mientras que Castilla y León ocupa el tercer puesto con el 10,6%.

También ha disminuido ligeramente el número de ocupados, mientras que la tasa de paro se ha ido incrementando a medida que se ha ido profundizando la crisis. De hecho, dicha tasa pasó del 10,5% en 2011 al 13,0% en 2012. Por otro lado, el saldo comercial con el exterior se mantiene positivo y la tasa de cobertura es mayor que la registrada en los últimos años, llegando a alcanzar para los alimentos transformados el record histórico del 124,3% en 2012. Los principales productos exportados son los vinos, la carne porcina y el aceite de oliva.

En la Tabla 1, podemos observar la situación de la industria agroalimentaria de Castilla y León en el contexto nacional. Nuestra Comunidad ocupa el segundo puesto en inversiones, el tercer puesto en número de personas ocupadas y en valor añadido, y el cuarto en ventas. Como dato positivo, es interesante tener en cuenta el alto porcentaje de la generación de valor respecto al volumen de las ventas totales, en relación a otras Comunidades Autónomas donde la industria agroalimentaria juega un rol importante en la actividad económica. En Andalucía, por ejemplo, las ventas suman 11.930 millones de euros, mientras que el valor añadido alcanza la cifra de 2.639 millones. En Castilla y León, con una generación de valor algo más pequeña (2.080 millones), se observa que representa un porcentaje mayor de las ventas totales (26,2%). Esto nos indica la enorme potencialidad de la actividad agroalimentaria en nuestra economía regional, y las posibilidades que ofrecería una profundización de la estrategia basada en el mejoramiento de la calidad de la producción y

su mejor comercialización en los mercados próximos y lejanos.

En términos de valor, la industria de la alimentación castellana y leonesa representa la principal actividad industrial regional, suponiendo un 28,4% de la misma. La ocupación en esta industria también destaca sobre las demás, llegando a alcanzar el 28,6% del total. El destino de las ventas corrobora la importancia del mercado nacional y la escasa relevancia de los mercados globales, lo cual está acorde con el peso fundamental de las PYMES en la estructura empresarial de la industria. Así, el 27,8% de las mismas se destinan a Castilla y León, el 61,5% al Resto de España, el 6,9% a la UE y el 3,9% al Resto del Mundo (Junta de Castilla y León, 2013).

En buena medida, por lo tanto Castilla y León es la despensa agroalimentaria nacional en materia de producción. Además, numerosas actividades agroalimentarias están desempeñando un importante protagonismo a escala nacional, como es el caso de las industrias cárnicas, las lácteas, las azucareras y las galleteras. Junto con otras de gran significación territorial, como la industria vitivinícola, están colocando a la región entre las primeras Comunidades Autónomas productoras de alimentos del país. Concretamente, las actividades agroalimentarias que acabamos de indicar representan más del 80% de la facturación total de la industria alimentaria castellana y leonesa (Observatorio Industrial del Sector Agroalimentario en Castilla y León, 2008).

Dentro del ámbito autonómico, se producen diferencias significativas a nivel provincial. Las provincias de Burgos, Valladolid, León, Salamanca y Palencia concentran más de las tres cuartas partes de la producción. El eje productivo Valladolid-Palencia-Burgos, con las variantes de Aranda de Duero y Miranda de Ebro, así como la diagonal que une las provincias de León, Valladolid y Segovia, condicionan fuertemente la localización de la industria agroalimentaria.

Tabla 1
Principales indicadores de la industria agroalimentaria por Comunidades Autónomas (2010-2011)

C.C.AA.	Nº ocupados		Ventas (mil. €)		Compra materias primas (mil. €)		Inversiones activas materiales (mil. €)		Valor añadido (mil. €)		Gastos Personal (mil. €)	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Andalucía	49284	47141	11930	11781	7500	7458	409	388	2639	2361	1361	1311
Aragón	10722	10503	2810	2987	1784	2022	119	136	536	498	318	312
Asturias	7827	7673	1716	1996	932	1164	61	53	467	464	240	242
Baleares	4461	4215	629	586	327	327	13	13	164	157	123	114
Canarias	9899	9870	1189	1276	475	555	46	77	460	470	286	280
Cantabria	5711	5509	1051	1056	470	513	75	37	250	273	171	168
Castilla y León	35883	36884	7490	8683	4130	5078	501	392	2080	2211	1102	1176
Castilla-La Mancha	21863	22203	5778	6660	3281	4007	136	268	1289	1365	674	696
Cataluña	75593	74688	18843	20023	10646	12315	679	604	4567	4113	2520	2489
Valencia	32424	31139	7526	8204	4047	4443	222	399	1891	2063	953	963
Extremadura	10266	9759	1833	1889	1171	1169	191	79	334	387	244	242
Galicia	27152	27059	6251	7068	3731	4409	189	166	1160	1161	682	686
Madrid	20114	18512	3964	3789	1830	1753	99	81	1099	1044	661	631
Murcia	19876	20500	4098	4856	2209	2494	90	151	983	1523	535	563
Navarra	10634	11313	2277	2615	1243	1500	93	102	543	551	329	347
País Vasco	15562	14312	3303	3369	1686	1922	137	74	907	832	528	496
La Rioja	6558	7057	1629	1836	742	848	44	41	478	501	217	223
Total industria alimentaria	363826	358337	82315	88673	46205	51977	3103	3059	19845	20373	10944	10939
Total industria	2133618	2049195	414038	450843	220608	255603	20281	18036	132050	133206	76027	74709

Fuente: Datos elaborados por la S.G. de Fomento Industrial e Innovación del MAGRAMA, a partir de los datos de la Encuesta Industrial Anual de Empresas del INE (Años 2010 y 2011).

La industria cárnica es la principal actividad agroalimentaria regional, con un especial protagonismo de la carne de porcino (que representa más del 60% de la producción nacional). La industria chacinera en carnes curadas supone representando un importante bastión de esta actividad, a diferencia de las carnes frescas de vacuno, que ha iniciado la comercialización en los últimos años. En este caso, llama la atención la escasa proporción del valor añadido generado en los procesos productivos, lo que se explica en buena medida por el predominio todavía vigente –aunque decreciente en los últimos años– de la industria de primera transformación, como los mataderos y salas de despiece (Observatorio Industrial del Sector Agroalimentario en Castilla y León, 2008). En la provincia de León, la principal zona de producción se ubica en San Andrés de Rabanedo.

La industria láctea es el segundo pilar de la industria agroalimentaria castellano y leonesa. En esta rama, hay que señalar especialmente la aportación de la leche de oveja, con una cuota de producción a escala nacional del 75%. La industria láctea, si bien se ha especializado tradicionalmente en la elaboración de quesos, ha emprendido una estrategia de diversificación lo que ha implicado la comercialización de otros productos, como la leche fresca, la cuajada o los yogures. En las últimas décadas, el valor añadido ha crecido de forma constante, lo cual es el reflejo de las empresas por mejorar la productividad y adecuar sus productos a las preferencias del consumidor. Estas industrias se ubican principalmente en núcleos urbanos y polígonos industriales. En el caso leonés, es bastante intenso el grado de concentración en Hospital de Órbigo. La cooperativa lechera LAR, ubicada específicamente en Veguellina de Órbigo, representa actualmente una de las experiencias empresariales más dinámicas en la provincia, experimentando un proceso de crecimiento aún en plena crisis.

La industria azucarera tiene unos importantes efectos de arrastre sobre el sector agrario castellano y leonés, asegurando el cultivo de la remolacha como una de las escasas alternativas a la agricultura de regadío existentes en toda la Comunidad Autónoma, aunque especialmente

en Valladolid y León. La estructura empresarial de esta industria es excepcional, pues los establecimientos industriales se ubican sobre todo en municipios rurales, lo cual convierte a esta actividad en un importante factor de dinamización y articulación del territorio. En el caso de la provincia leonesa, y después del cierre de varias plantas con fuerte arraigo local, La Bañeza representa el núcleo poblacional más importante de esta industria.

La industria galletera también tiene una importante tradición en la región. En este caso, merece destacarse su potencial económico derivado de su carácter artesanal, así como por su diversidad y diferenciación local. Se trata de un mercado agroalimentario típicamente saturado, pero donde las estrategias de diferenciación ofrecen importantes fuentes de valorización si se saben conjugar adecuadamente con las preferencias del consumidor. Al igual que en el caso anterior, también ejerce importantes efectos de arrastre sobre otras actividades agroalimentarias, y es especialmente reseñable su capacidad de generar valor, como resultado del potencial económico que acabamos de señalar, y que oscila en torno al 40% sobre la producción final. En San Andrés de Rabanedo, se localiza el principal núcleo de actividad en esta rama dentro de la Provincia de León.

Por último, la industria vitivinícola posiblemente deba considerarse el caso más exitoso de toda la actividad agroalimentaria regional (a pesar de la fuerte competencia existente con otras regiones españolas e internacionales), sobre todo si tenemos en cuenta su rápido crecimiento y la notoriedad que ha alcanzado en los mercados. La mayoría de las bodegas se encuentran inscritas en Denominaciones de Origen, donde se ha experimentado un fuerte dinamismo inversor con la incorporación de nuevas tecnologías vitícolas y enológicas. En la Provincia de León, es palmaria la relevancia de la comarca de El Bierzo, pero no cabe olvidar el importante empuje que han tenido zonas vitivinícolas aledañas a la capital de la provincia (particularmente, los vinos elaborados con la variedad “prieto picudo”).

4. Calidad y territorio en la industria agroalimentaria leonesa

León cuenta con alrededor de 1.200 empresas en el sector de la agroalimentación, de las que 400 son realmente transformadoras, es decir, elaboran sus productos a partir de materias primas. Se trata de un sector vital para la economía provincial, sobre todo, para el mundo rural, ya que la mayoría de estas empresas están asentadas en los pueblos y dan empleo a sus habitantes. Alrededor de 6.000 personas trabajan en estas empresas que anualmente facturan alrededor de 360 millones de euros. Las potencialidades competitivas de la industria agroalimentaria leonesa son evidentes cuando se analizan los vínculos entre calidad y territorio. Desde un punto de vista histórico, ya podemos observar como ciertas producciones agroalimentarias han vinculado en el imaginario de los consumidores su ubicación geográfica con el hecho diferencial de una notoriedad y una tipicidad ampliamente reconocida. Es bastante clara esta vinculación en la comarca de El Bierzo, en numerosos productos, pero también en Astorga y la comarca maragata, con el chocolate (donde se mantiene la histórica marca de "Santocildes", en Castrocontrigo) y las mantecadas (también con marcas emblemáticas). Tanto en El Bierzo como en Maragatería, las estrategias competitivas de diferenciación territorial por calidad han dado buenos resultados en las últimas décadas y pueden ser utilizadas como "modelo", cada uno con sus peculiaridades propias, en otras zonas de la Provincia. En ambos casos, se producen además importantes economías externas asociadas con la generación de valor en el ámbito agroalimentario, dando lugar por ejemplo a flujos turísticos significativos y la puesta en valor paralelamente del patrimonio natural y cultural de la zona o de ciertas apuestas de comercialización impulsadas por el capital privado (como "Prada a Tope" y el Palacio de Canedo en Cacabelos).

Como decimos, las potencialidades son grandes. La Provincia de León cuenta en este momento con tres Denominaciones de Origen Protegidas (Vinos "Tierra de León", Vinos "Bierzo" y Manzana "Reineta del Bierzo") y nueve Indicaciones Geográficas Protegidas (Queso de Valdeón,

Alubia de La Bañeza-León, Botillo del Bierzo, Cecina de León, Lechazo de Castilla y León, Lenteja Pardina de Tierra de Campos, Pimiento de Fresno-Benavente, Mantecadas de Astorga y Pimiento Asado del Bierzo). Como dato a destacar, debemos apuntar que El Bierzo agrupa al mayor número de certificaciones geográficas de calidad reconocidas oficialmente en una comarca española. De hecho, ante la crisis de otras industrias tradicionales en la zona, una transición posindustrial exitosa en la comarca berciana debería de pasar muy probablemente por la potenciación de su "clúster agroalimentario", cuyo origen y dinámica obedecen a fuerzas esencialmente endógenas.

Dos de las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) son vitivinícolas, algo positivo teniendo en cuenta el potencial de crecimiento y valorización que ofrecen estos productos en los mercados internacionales. Por ejemplo, de 1990 a 2012, el número de botellas certificadas bajo la DOP "Bierzo" ha pasado de 500.000 a más de 7.250.000. A diferencia de lo que ocurre en el mercado nacional, que se ha estancado, la exportación de vinos con Denominación mantiene la progresión ascendente. En 2011, se exportaron 1.778.842 botellas con etiqueta de calidad, lo que supone más de un 42% que en 2010, cuando el número de botellas enviadas al exterior fue de 1,25 millones. En 2012, se exportaron un total de 2.035.095 botellas, que son 256.253 más que en 2011. Es decir, las exportaciones aumentaron un 14,4%. Bodegas y cooperativas con distintivo de calidad exportan ya más del 25% del vino embotellado. El principal mercado de destino de las exportaciones es la UE, con Alemania a la cabeza.

Entre 2011 y 2012, para el conjunto de la Provincia, la tasa de crecimiento de las exportaciones de vino en valor fue del 26,2% y en peso del 49,5%. Aunque es necesario realizar un esfuerzo mayor a la hora de buscar estrategias de valorización del producto, no hay que olvidar que la tasa de crecimiento en valor de las exportaciones ocupa el tercer puesto a escala regional, después de dos provincias con producciones sensiblemente menores (Ávila y Salamanca).

Las ventas de cecina leonesa también han aumentado significativamente en el último año, alcanzándose tasas de crecimiento de las

mismas superiores al 25%. La razón fundamental de este incremento es que nuestra cecina se ha incorporado como uno de los alimentos “estrella” de la dieta adelgazante conocida como “método Dunkan”. Si Castilla y León, Madrid, Asturias y Galicia eran los mercados habituales para la venta de la cecina de León, en los últimos tiempos las charcuterías del Mediterráneo y el Sur del país han comenzado a introducir este producto leonés por antonomasia. El incremento de las ventas ha trascendido nuestras fronteras y ahora se aprecia la cecina en Alemania, Italia y Francia. De las 100.000 piezas que salen actualmente de los almacenes de los 21 productores de la IGP Cecina de León, un 15% se exporta.

La amplia variedad de Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) con las que cuenta León también nos pone de relieve la importancia de la diversificación productiva a la hora de perfilar una estrategia de desarrollo rural que sea capaz de articular el conjunto de los territorios que componen la Provincia. Así, contamos con productos derivados de la actividad ganadera (como los quesos, los embutidos o los productos cárnicos), de la actividad agrícola (como los productos hortícolas, frutales y las legumbres). Mejorar la comercialización de estos productos y

sus derivados procesados debería constituir un eje central de una estrategia de desarrollo para el conjunto de la Provincia. No obstante, todavía queda pendiente una gran cantidad de trabajo por realizar. Por ejemplo, aunque contamos con la IGP “Queso de Valdeón”, todavía existe una gran diversidad de quesos típicos que no gozan de este tipo de reconocimiento oficial: Villamañán, Valderas, Mansilla, Matallana de Torío, etc. En el caso de la alubia, ciertas zonas adicionales del Páramo y de Valduerna también podrían verse beneficiadas por este tipo de certificaciones o reconocimientos similares.

Como se puede observar en la Tabla 2, entre las actividades industriales vinculadas con la agricultura ecológica en Castilla y León destaca la industria vitivinícola. En el caso de la provincia leonesa, que ocupa el cuarto lugar en número de operadores, sobresale la elaboración de especias, aromáticas y medicinales. Entre dichos operadores, se encuentra la empresa Pharmadus, ubicada en la comarca del Bierzo y que supone un puntal importante en materia de I+D+i en el contexto provincial. En este caso, además de su relevancia, cabe subrayar que su dinámica de innovación está fuertemente vinculada con los recursos territoriales y los conocimientos locales.

Tabla 2
 Actividades industriales en agricultura ecológica (número de operadores), 2011

	Vinos	Horticultura (envasado y manipulación)	Conservas y zumos	Plantas aromáticas y medicinales	Panificación y pastas	Envasado de cereales y legumbres	Miel	Otros
ÁVILA	0	0	1	0	2	1	1	1
BURGOS	11	0	1	1	2	1	1	2
LEÓN	3	2	1	4	2	3	1	1
PALENCIA	0	0	0	0	1	0	1	2
SALAMANCA	1	0	0	0	1	0	1	0
SEGOVIA	2	2	1	0	0	1	0	2
SORIA	0	0	0	0	0	0	0	1
VALLADOLID	8	1	1	1	2	1	0	5
ZAMORA	7	0	0	0	0	1	0	6

Fuente: Consejo de Agricultura Ecológica de Castilla y León.

Otro fenómeno interesante que recorre la provincia leonesa es el de los emprendimientos rurales a escala local. A menudo poco conocidos, en nuestra opinión representan un

ámbito clave para configurar una industria agroalimentaria enraizada en el territorio y con fuerte impacto en el desarrollo rural, que debe ayudar además a la fijación de gente joven en

los pequeños pueblos. Por ejemplo, un caso interesante lo tenemos en Tabuyo del Monte, en Maragatería. Allí funcionan tres cooperativas: la más antigua cultiva con certificación ecológica frambuesas, productos procesados a partir de las mismas (como vinagre y licor de frambuesa) y otros frutos del bosque; existe también una cooperativa de mujeres que, además de administrar un restaurante, se dedica al envasado y conservación de setas, ruibarbo o las propias frambuesas, también comercializan otros productos como el pisto, las alubias con setas, puerros en escabeche de frambuesa o paté de boletus; la cooperativa más reciente está constituida por la población más joven de la zona y pretende explotar el negocio de la resina y también el turismo rural, en campos como la rutas micológicas u ornitológicas. Lo interesante de esta experiencia es que las tres cooperativas están interrelacionadas entre sí, comparten tierras, se prestan capital e se ayudan mutuamente en sus respectivas labores. No obstante, como en muchos otros pueblos, en Tabuyo todavía permanece oculto un importante potencial para valorizar productos en distintos ámbitos productivos: horticultura, esparrago, arándanos, legumbres, hierbas medicinales, plantas silvestres (como el endrino o el escaramujo), brezo. En muchos de estos pueblos, invertir recursos públicos y privados en una pequeña oficina de comercialización, con uno o dos profesionales dedicados a esta tarea, podría cambiar la vida económica de muchos de estos lugares.

Tabuyo del Monte no es una excepción. Podemos encontrar experiencias semejantes en otras localidades de la Provincia. Por ejemplo, en Matalobos (Velilla) con la legumbre ecológica. En Villablino, existe una cooperativa de ganadería extensiva (con 3000 yeguas), que ha abierto una tienda en la capital provincial para comercializar carne de potro. En Quilós (El Bierzo), se producen de forma innovadora mermeladas ecológicas utilizando stevia. En Reserva de la Biosfera de los Ancares Leoneses, se constituyó una asociación de ganaderos extensivos pequeña, pero muy dinámica. Y así podríamos seguir con otros muchos ejemplos, en distintos pueblos y en distintas actividades agroalimentarias, que nos informan de un medio rural que continúa luchando por su existencia, que guarda ciertas

dosis de dinamismo y de capacidad innovadora, que merece ser apoyado desde las instituciones locales y provinciales.

En esta línea, una buena iniciativa de la administración autonómica ha consistido en la elaboración de un registro de empresas artesanales alimentarias. En el Cuadro 1, se indican por localidad y por actividad productiva las empresas correspondientes a la Provincia de León, lo que nos da una idea de importante potencial de valorización y vertebración del territorio que plantea esta estrategia de diferenciación geográfica de la calidad.

5. Comercialización e innovación tecnológica en la industria agroalimentaria leonesa

Como ya indicamos, la puesta de valor de la mejora de la calidad en la industria agroalimentaria no puede desvincularse de la necesidad imperiosa de promocionar comercialmente las diversas producciones y de adoptar y difundir nuevas tecnologías. Afortunadamente, la promoción comercial se ha convertido en una actividad relevante no solamente de los organismos autonómicos dedicados a tales funciones, sino de las propias DOP e IGP, además de las asociaciones empresariales en cada uno de los subsectores de la industria alimentaria regional y provincial. La venta por internet, por ejemplo, se ha difundido enormemente. Son habituales, y no sólo ya en el ámbito de las certificaciones geográficas de calidad, los portales virtuales especializados en la venta directa al consumidor de productos agroalimentarios, en muchas ocasiones articulados en torno a iniciativas de comercialización en común de alimentos leoneses (ya sea por línea de producto, como la cecina, o por ámbito territorial, como en el caso de la comarca berciana). Cada PYME agroalimentaria mantiene sus marcas comerciales, pero se agrupan en un portal común donde el consumidor puede informarse sobre las características particulares de las mismas y decidir su compra.

Cuadro 1
Registro de Empresas Alimentarias Artesanales de la Provincia de León, 2013

Localidad	Actividad
Astorga	Productos apícolas, Mantecadas
Santa María del Condado	Sidra
Pobladura de Pelayo de García	Productos cárnicos
Cistierna	Productos cárnicos, Repostería (2)
Sabero	Productos cárnicos, Repostería
León	Productos cárnicos, Chocolates
Turcia	Productos cárnicos
Santiago Millas	Quesos y lácteos
Almanza	Productos apícolas
Carracedelo	Conservas, licores y repostería
Valderrey	Repostería
Luyego	Conservas vegetales, Licores
Castroalbón	Productos cárnicos
Brazuelo	Productos cárnicos
Toral de los Guzmanes	Quesos y lácteos
La Bañeza	Legumbres
Valdepolo	Quesos y lácteos
Boñar	Productos apícolas
Villarejo de Órbigo	Productos cárnicos
Villamarín	Productos cárnicos
Soto y Amio	Productos cárnicos
Carrizo	Productos cárnicos
Burgo Ranero	Productos cárnicos
Sahagún	Conservas vegetales, Repostería
Almázcara	Pan
Mansilla de las Mulas	Quesos y lácteos (2)
Balboa	Conservas vegetales
Villadecanes	Conservas vegetales
Villadangos	Repostería
Cabreros del Río	Conservas
Sariegos	Productos cárnicos
Valdefresno	Repostería
Crémenes	Repostería
Gordaliza del Pino	Repostería
Valencia de Don Juan	Repostería
Carrocera	Quesos y lácteos
Fresno de la Vega	Conservas vegetales
Riaño	Productos cárnicos
Sahechores de Rueda	Quesos y lácteos

Fuente: Junta de Castilla y León.

Tampoco conviene descuidar las relaciones contractuales con la gran distribución. La reputación de la industria agroalimentaria leonesa debe ser puesta en valor en las negociaciones con las grandes superficies comerciales, disminuyendo de esta manera las asimetrías en el poder de mercado de estas últimas. Por ejemplo, es necesario destacar que el Centro Logístico de Mercadona, ubicado en Villadangos del Páramo, adquiere alrededor del 9% de toda la producción agroalimentaria de la Comunidad Autónoma (Castilla y León Económica, 19 de junio de 2012). En este caso, las garantías en términos de seguridad alimentaria que ofrece la industria y la agricultura regional se combinan con una preocupación de la superficie comercial por vincular sus líneas de producción con el consumo de alimentos seguros, saludables y de calidad.

Apoyando este proceso, la Junta de Castilla y León también ha puesto en marcha un label, "Tierra de Sabor", que puede funcionar como indicador de calidad de las producciones agroalimentarias de la Comunidad Autónoma y contribuir a la generación de valor añadido mediante una estrategia de valorización basada en la diferenciación por calidad de los alimentos regionales. "Tierra de Sabor" agrupa alimentos de distinta índole de todas las provincias, y vincula la valorización de los mismos a la puesta en valor paralela del paisaje castellano y leonés y su patrimonio cultural. En su diseño, es interesante destacar también la relación que se establece entre alimentación y salud, la asociación con la restauración y la gastronomía regionales, y cómo se elabora un mensaje donde tradición e innovación aparecen como aspectos complementarios, no excluyentes.

Sin embargo, únicamente 85 de las alrededor de 400 empresas productoras y elaboradoras de la provincia se han adherido a la etiqueta pese a la insistencia de la institución autonómica a los productores (Diario de León, 26 de abril de 2012). Según datos de la Consejería de Agricultura y Ganadería, en estos momentos 473 productos agroalimentarios, elaborados por el 21,2% de las empresas leonesas especializadas en dicha rama industrial, llevan el nombre de "Tierra de Sabor". En el ámbito de la Comunidad Autónoma, el sello de la

Junta cuenta con 712 industrias y 3.550 productos. Por el contrario, la mayoría de las empresas agroalimentarias de la provincia, un 75% (más de 300), están integradas en la campaña "Productos de León" de la Diputación Provincial. Un marchio de calidad, que aunque no es una marca oficial, constituye un sello identificativo que durante dos décadas han sustentado la promoción de un sector y ha consolidado la reputación de los alimentos leoneses. Precisamente, el arraigo de este sello provoca las reticencias entre los productores leoneses a la hora de decidir sumarse a Tierra de Sabor, un marchio identificado con la autonomía al que gran parte del sector no quiere pertenecer para evitar duplicidades en su etiquetado y no perder la singularidad que el nombre de la Provincia aporta a estos productos. No obstante, a pesar de estos argumentos, hay que señalar que con esta actitud los productores leoneses están perdiendo la oportunidad de participar en actividades muy destacadas de promoción comercial financiadas por la administración autonómica⁵. Las cárnicas, con un 30%, son las empresas que encabezan en la provincia la unión a "Tierra de Sabor", seguidas por los vinos con un 20% y las hortalizas.

A este respecto, una situación singular es la que atraviesa la industria láctea, donde la Junta de Castilla y León pretende que toda la producción lechera regional, independientemente de quién la produzca, se comercializa con la marca "Tierra de Sabor" (dejando de ser exclusivamente una etiqueta de calidad, como hasta ahora). Ante las presiones mediáticas y el rechazo de sectores importantes del leonesismo, lo que se podría comenzar a expresar en una caída de las ventas de leche, resulta sintomático que la cooperativa leonesa LAR tuviese que aclarar públicamente que parte de su producción de leche cruda de vaca sería entregada a Ganaderos de Zamora (GAZA) para su comercialización con la marca "Tierra de Sabor", pero que se trataba exclusivamente de una entrega de la leche cruda pues la adjudicación de la marca y la correspondiente distribución del producto sería responsabilidad

⁵ La Diputación de León también organiza las Ferias de Productos de León en diferentes ciudades españolas.

de Gaza (Diario de León, 15 de febrero de 2012).

En esta línea de reflexión, hay que mencionar también especialmente el rol potencial que pueden jugar los centros tecnológicos agroalimentarios y de apoyo al desarrollo local y rural en particular, a la hora de ensamblar los avances tecnológicos en el ámbito específico de cada rama de la industria agroalimentaria con los esfuerzos en calidad que desde las distintas empresas, cooperativas y emprendedores locales se están llevando a cabo a lo largo de la Provincia. Concretamente, cabe destacar el papel que juega el Instituto de Ciencia y de Tecnología de los Alimentos, dependiente de la Universidad de León. El Instituto colabora con empresas agroalimentarias y con DOP e IGP de la provincia, contribuyendo a la mejora de la calidad y una mayor eficiencia de las producciones agroalimentarias de las mismas. Entre sus líneas de investigación, cabe destacar:

- Composición y propiedades físicas y químicas de los alimentos.
- Microbiología de los alimentos.
- Tecnología de la carne.
- Tecnología de la leche, vinos, etc.
- Desarrollo de cultivos iniciadores.
- Comercialización de alimentos.
- Sistemas de calidad alimentaria.
- Nutrición y dietética.
- Seguridad alimentaria.

Otros centros cuyas actividades de I+D+i se encuentran relacionadas con la industria agroalimentaria son: el Instituto Tecnológico Agrario de la Junta de Castilla y León (que, entre otras actividades, se encarga de certificar las producciones agroalimentarias que incorporan el sello "Tierra de Sabor"), el Instituto de Biotecnología de León, o la Fundación Centro Tecnológico de Cereales de Castilla y León (aunque ubicada en Palencia, desarrolla proyectos en toda la región), entre otros.

En el ámbito de los centros de apoyo al desarrollo local y rural, sería muy interesante realizar un debate público sobre la necesidad de una reorientación estratégica en la labor realizada por los grupos de acción local vinculados con los programas de desarrollo

rural de la UE. En primer lugar, sería importante realizar un balance del impacto en términos de desarrollo rural que han tenido los proyectos financiados particularmente por los programas Leader. En segundo lugar, más allá de cuestionar la cuantía de tales ayudas en el caso de que este balance no resulte muy positivo, sería decisivo construir una nueva cultura en la asignación y gestión de estos fondos comunitarios. Por ejemplo, valorando en mayor medida la inversión en activos intangibles, apostando por la vinculación entra calidad y territorio, haciendo más partícipes a las comunidades locales de estos proyectos (por ejemplo, permitiendo que las Juntas Vecinales puedan solicitar directamente estas ayudas).

6. Reflexiones finales

En León, el mundo rural y todas las actividades económicas que se puedan derivar y articular en torno al mismo constituyen bases fundamentales para construir el futuro de la Provincia. Desde un punto de vista estratégico, priorizar la industria agroalimentaria desde la perspectiva de la calidad territorial permitiría ensamblar los procesos de desarrollo económico con la vertebración del territorio, estableciendo vínculos entre la ciudad y el campo a partir de dinámicas de generación de valor que no conllevarían las consecuencias negativas para el medio rural que tuvo el proceso de modernización de las últimas décadas. Además, conceder este rango estratégico a la industria agroalimentaria permitiría planificar con más coherencia y sinergias otras actividades de enorme trascendencia para el futuro económico de la Provincia en el contexto de las transiciones posindustriales, como son los casos del turismo rural o del patrimonio cultural y artístico.

León cuenta con una importante diversidad y riqueza de recursos agroalimentarios a escala local. No obstante, todavía queda mucho por hacer. Es algo que se percibe cuando tenemos en cuenta la gran cantidad de producciones agroalimentarias que todavía no gozan de una certificación geográfica o ambiental de calidad, cuando observamos la escasa difusión de ciertos labels que vinculan territorio y calidad (como es el caso de "Tierra de Sabor"). También se percibe en la participación en el registro de

empresas agroalimentarias artesanales y en el número de operadores registrados en el Consejo de Agricultura Ecológica de Castilla y León, a pesar de los importantes avances llevados a cabo en los últimos años.

Respecto a esta última cuestión, un asunto merece una especial atención. El hecho de que apenas el 20% de las empresas agroalimentarias leonesas se encuentren inscritas en “Tierra de Sabor”, frente al 75% de las mismas que se adhieren al label “Productos de León” de la Diputación Provincial, no sólo es preocupante por la pérdida de oportunidades en materia de financiación pública de las campañas de promoción comercial que se realizan en el marco del instrumento de la Junta de Castilla y León. También es indicativo de un problema tal vez más grave: frente a la presión de ciertos sectores de la opinión pública (que valoraron negativamente la implicación de la cooperativa lechera LAR en “Tierra de Sabor”), no se planteó la importancia que la adherencia a este tipo de labels más amplios puede tener en la promoción de las exportaciones. Aunque defendamos que es necesario vincular la calidad y el territorio, en el ámbito de la comercialización es

decisivo proyectarse cada vez más en los mercados globales. Reducir el radio de influencia de los productos agroalimentarios leoneses al ámbito provincial y nacional es un error estratégico, que puede poner en riesgo la generación de valor añadido necesaria para sufragar los costes asociados a los mayores esfuerzos en calidad. En este sentido, “Tierra de Sabor” se presenta como un label mucho más competitivo que “Productos de León”, aunque este último puede ser más deseable en los mercados próximos.

Por último, sería necesario desarrollar una línea de investigación que permitiese mejorar la planificación de la actividad de I+D+i en el ámbito de la industria agroalimentaria, lo que probablemente revertiría en una mayor eficiencia y unos mejores resultados del gasto público en innovación y desarrollo. Para ello, sería interesante conocer la demanda de tecnología de las empresas agroalimentarias en cada producción específica y contrastarla con la oferta que ofrecen los centros tecnológicos y de investigación implicados en esta industria⁶.

⁶ Un ejemplo de este trabajo de investigación, así como de la metodología empleada, lo tenemos en el estudio realizado para la DOP “Rías Baixas” (Macías y Vence, 2013).

Referencias

- Junta de Castilla y León (2013). *Cuentas del sector industrial 2011. Castilla y León*. Valladolid: Dirección General de Presupuestos y Estadística.
- Macías, A. y Vence, X. (2013). Las Denominaciones de Origen en la orientación competitiva de los procesos de innovación de los sistemas vitivinícolas locales. *Revista Galega de Economía*, 22(1), 97-124.
- MAGRAMA (2013). *Industria alimentaria en 2011-2012*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- Observatorio Industrial del Sector Agroalimentario de Castilla y León (2008). *Estudio de la industria agroalimentaria de Castilla y León en los sectores cárnico, vitivinícola, productos artesanos y precocinados*. Valladolid: Junta de Castilla y León, CECALE, UGT y CCOO, Valladolid.
- Polanyi, K. (1989). *La gran transformación. Crítica del liberalismo económico*. Madrid: Las Ediciones de La Piqueta.
- Sanz, J. (2002). El sistema agroalimentario español: estrategias competitivas frente a un modelo de demanda en un contexto de mercados imperfectos. En C. Gómez y J.J. González (Coords.), *Agricultura y sociedad en el cambio de siglo* (pp. 143-179). Madrid: McGraw Hill.

- Sanz, J. (2007). Calidad y signos distintivos. Las denominaciones de origen de aceite de oliva en España. En Sanz (Ed.), *El futuro del mundo rural. Sostenibilidad, innovación y puesta en valor de los recursos locales* (pp. 175-198). Madrid: Síntesis.
- Sanz, J. y Macías, A. (2005). Quality certification, institutions and innovation in local agro-food systems: Protected designations of origin of olive oil in Spain. *Journal of Rural Studies*, 21(4), 475-486.
- Sanz, J. y Macías, A. (2008). Territorio y calidad certificada: sistemas agroalimentarios locales y desarrollo rural. En *Agricultura familiar en España 2008* (pp. 158-168). Madrid: Fundación de Estudios Rurales.
- Tallec, F. (2004). Les apports de l'action collective à la construction de la qualité. En *Memorias del Congreso Internacional "Agroindustrial Rural y Territorio"*. Toluca (México): IICA-PRODAR, GIS-SYAL y UAEM.
- Whyte, C.H. (2002). Produits de qualité, territoires et développement durable. En *Actes du Séminaire International "Systèmes agro-alimentaires localisés. Produits, entreprises et dynamiques locales"*. Montpellier: GYS-SYAL.