



Grupos empresariales y resiliencia:

Informe sobre cese de actividad de empresas de la industria de alimentación y bebidas de Andalucía

Para citar este trabajo:

Raya-Quero, D., Ortiz-de-Mandojana, N., Aragón-Correa, J.A., Bermúdez-Edo, M., Hurtado-Torres, N.E. (2021). Grupos empresariales y resiliencia: Informe sobre cese de actividad de empresas de la industria de alimentación y bebidas de Andalucía. In Hurtado-Torres, N.E., Bermudez-Edo, M.C., Ortiz-de-Mandojana, N., & Aragón-Correa, J.A.: *Challenges of the European Firms: Digitalization, Sustainability, and Internationalization*, Editorial Kit-Book, Granada: Spain.

Challenges of the European Firms Collection.

Directors/Principal Investigators: Hurtado-Torres, N.E., Bermudez-Edo, M.C., Ortiz-de Mandojana, N., & Aragón-Correa, J.A.

Project Manager: López-de-Jorge, Sergio; Córcoles-Gil, Carolina

This publication is an output of the Collaboration Agreement between the University of Granada and the Confederación Granadina de Empresarios aiming to help with the difussion of business expertise regarding relevant topics because of their economic, social, or environmental implications.



This publication has been funded by the project PID2019-107767GA-I00, PID2019-106725GB-I00 , PDC2021.120953.I00 to MCIN/ AEI/10.13039/501100011033 and FEDER/Junta de Andalucía-Consejería de Economía y Conocimiento/ Proyecto A-SEJ-291-UGR18.



Editorial: Kit-Book Servicios Editoriales

ISBN: 978-84-124850-1-1

Depósito Legal: B 20374-2021

Legal Notice: The contents of this publication may be reused, citing the source and the date, if applicable, of the last update.

Publication: December of 2021

The online version of this work can be downloaded at: <http://sustainability.ugr.es/>

Índice

- | | | | |
|-----------|---|-----------|----------------------------|
| 03 | Introducción | 48 | Conclusiones |
| 08 | Indicadores de la industria de alimentación y bebidas de Andalucía | 55 | Referencias |
| 22 | La resiliencia de la industria de alimentación y bebidas de Andalucía | 56 | Glosario |
| 35 | Grupos empresariales | 59 | Índice de figuras y tablas |



1. Introducción

1.1. Objetivos y justificación del estudio

La economía de Andalucía ha encontrado su base tradicionalmente en torno a la explotación de los ricos recursos naturales de los que dispone, así como el cultivo y cría de especies autóctonas de gran calidad, convirtiéndose en referente internacional en estos aspectos y asociando el nombre de la región a la calidad innata de las materias primas que se producen en ella. Un 13% del PIB total de la región andaluza en 2019 se corresponde a actividades económicas relacionadas con la agricultura, ganadería y pesca, así como las manufacturas de dichas materias primas, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Es por ello por lo que la existencia de una prominente industria de producción y procesado de dichas materias primas de calidad no resulta sorprendente. Así, hablar de la industria de la alimentación y bebidas andaluza supone hablar de una de las actividades industriales de mayor importancia en la región, ya sea en cuanto a su aportación como actividad productiva o en lo referente a su importancia social, relacionándose con otras industrias de especial relevancia, ya no solo en Andalucía, sino en toda España. Muestra de ello es el hecho de que la industria de la alimentación y bebidas concluyó el año 2020 con una cifra de 30.573 empresas en activo en todo el territorio nacional, 20.479 de las cuales exportaron parte de su producción a mercados extranjeros (Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas, 2021a).

En la región andaluza, la importancia económica y social de la industria de alimentación y bebidas se refleja en el peso relativo de la cifra de negocios del sector sobre el total de dicha actividad en Andalucía. De conformidad con los datos del INE, la cifra de negocios de la industria de alimentación y bebidas de Andalucía ha supuesto más del 20% del total en la región de forma sostenida desde 2016. Además, ha llegado a emplear a cerca de 70.000 personas en el año 2020 (Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas, 2021b).



Estos valores inciden en la idea de que el sector tiene una importancia estratégica para la región y que de su análisis se pueden extraer conclusiones que involucran a muchos puntos esenciales de la economía regional, lo que justifica el interés y la motivación del desarrollo del presente documento, el cual se pone a disposición del público en general y de los integrantes de la industria para comprender mejor la situación actual. Es por ello por lo que la viabilidad y supervivencia de este sector de actividad son especialmente importantes, ya que las perturbaciones del sector pueden impactar seriamente en la economía real de la Comunidad Autónoma.

Pese a su gran relevancia en la región, la industria de alimentación y bebidas andaluza ha afrontado innumerables retos en los últimos diez años. Si el principio de década anterior estuvo fuertemente marcado por las consecuencias económicas de la crisis financiera de 2008, afectando a la demanda de una amplia gama de productos de esta industria, el inicio de la nueva década trajo consigo las dificultades derivadas del comienzo de la pandemia de COVID-19, que de nuevo supuso una disminución las previsiones de demanda, en esta ocasión, con especial incidencia en algunos canales especialmente ligados al ocio y al turismo, poniendo en peligro la supervivencia de multitud de las empresas que la conforman.

Ante estos eventos adversos, resulta de vital utilidad conocer aquellas características que fomentan la capacidad de las empresas para sortear esas problemáticas como lo es la resiliencia organizacional. El término resiliencia, en auge entre los analistas en el momento presente, se centra en la capacidad de mantener un funcionamiento confiable a pesar de la adversidad. La resiliencia es un proceso interactivo de adaptación que tiene que ver con comprender, responder y absorber variaciones; mantener, recuperar, y / o construir nuevos recursos (Williams et al., 2017).

Operativizar el concepto de resiliencia no es sencillo, si bien prestaremos atención en este informe especialmente a los ceses de actividad de las empresas como uno de los principales indicadores de la falta de resiliencia de las empresas. No obstante, estos ceses también pueden estar íntimamente ligados a los procesos de reestructuración del sector y la disolución de empresas para su integración en grupos de empresas a través de procesos de adquisición y/o fusión.





De hecho, junto con la inestabilidad creada por las crisis económicas este periodo se ha caracterizado por los procesos de reestructuración. Ejemplos destacables han sido la absorción de la empresa granadina Puleva por el grupo empresarial Lactalis o la reestructuración del grupo Ybarra, en cuanto a su impacto en la industria de la alimentación en la provincia de Sevilla. Por tanto, el estudio de los ceses de actividad en los últimos 10 años puede resultar especialmente valioso para entender con mayor profundidad sobre la viabilidad de la industria, sus puntos de mejora y sus debilidades.

El presente documento tiene por objetivo analizar la resiliencia de las empresas del sector de la alimentación y bebidas en los últimos 10 años tomando como principal indicador los ceses de actividad y prestando especial atención a la evolución y al papel que juegan los grupos empresariales.

Para alcanzar este objetivo global, en primer lugar, realizamos un estudio descriptivo de la industria de alimentación y bebidas de Andalucía que incide en los indicadores de mayor interés (magnitudes financieras, forma jurídica, tamaños y subsectores) describiendo tanto la evolución en los últimos años como su composición actual.

En segundo lugar, se ofrece un análisis descriptivo de la resiliencia de las empresas utilizando como principal indicador los ceses de actividad, aunque también se analizaran las tendencias de las compañías creadas con el objetivo de tener una mejor comprensión de la tendencia íntegra del sector. Este enfoque permite obtener una visión dinámica de la reestructuración de la industria de alimentación y bebidas durante la pasada década.

Tercero, prestamos atención a la existencia de grupos empresariales en la industria y a sus indicadores más importantes. Asimismo, analizamos la capacidad de resiliencia de las empresas de la industria de alimentación y bebidas andaluza y su disposición a sobrevivir en función de si pertenecen o no a un grupo empresarial.

Por último, se ofrece un apartado de conclusiones que aglutina los principales hallazgos del estudio y se presentan posibles oportunidades para esta industria.

De conformidad con los datos del INE, la cifra de negocios de la industria de alimentación y bebidas de Andalucía ha supuesto más del 20% del total en la región de forma sostenida desde 2016. Además, ha llegado a emplear a cerca de 70.000 personas en el año 2020.

1.1 Objetivos y justificación del estudio

Para alcanzar los objetivos propuestos en este informe, hemos empleado la información empresarial disponible en las bases de datos SABI y ORBIS, ambas pertenecientes al grupo Bureau van Dijk, para recopilar datos financieros, de propiedad y referentes a su estatus jurídico para el período 2010 - 2020, aunque los datos financieros presentados para el año 2020 para algunos indicadores resultan aún incompletos, señalándose en aquellos gráficos impactados.

La muestra de empresas empleadas para el estudio incluye a la totalidad de las empresas disponibles en la base de datos SABI cuyo código de actividad primario o secundario pertenezca a los grupos 10 u 11 de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE), titulados respectivamente la industria de la alimentación y la fabricación de bebidas, constituyendo ambos la definición de industria de alimentación y bebidas (IAB). Nuestra muestra toma como referencia 3.943 empresas de dicha industria disponibles en SABI que estaban en activo en el año 2010. Dicho valor ha sido actualizado para representar año a año el total de empresas en activo. En 2020, el total de empresas de la industria de alimentación y bebidas en activo asciende a 3.261. Durante el período, se han creado 878 nuevas empresas y se han perdido 1.560 empresas, atendiendo a los datos incluidos en la muestra.

De cara a contrastar la representatividad de la muestra seleccionada para el estudio, hemos accedido a información del Directorio Central de Empresas (DIRCE) para determinar el número efectivo de empresas de la industria de alimentación y bebidas en activo para cada año del período de estudio. Así, la TABLA 1 ofrece los datos comparativos que permiten determinar la alta representatividad de la muestra empleada, superior al 50% durante todo el período. El paulatino descenso experimentado entre 2017 y 2020 obedece a las dificultades inherentes de trazabilidad en pequeñas empresas cuyo estatus de actividad resulta confuso para las bases de datos empresariales empleadas. Solo aquellas empresas cuya actividad pudiera ser constatada fielmente para cada año son consideradas como empresas en activo en nuestra muestra.



Tabla 1 - Representatividad de la muestra

	ACTIVAS DIRCE	ACTIVAS MUESTRA	PORCENTAJE REPRESENTATIVIDAD
2010	5561	3943	70,90%
2011	5420	3964	73,14%
2012	5368	3993	74,39%
2013	5282	3885	73,55%
2014	5201	3913	75,24%
2015	5160	3833	74,28%
2016	5136	3789	73,77%
2017	5332	3732	69,99%
2018	5795	3642	62,85%
2019	5674	3470	61,16%
2020	5599	3261	58,24%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) y de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

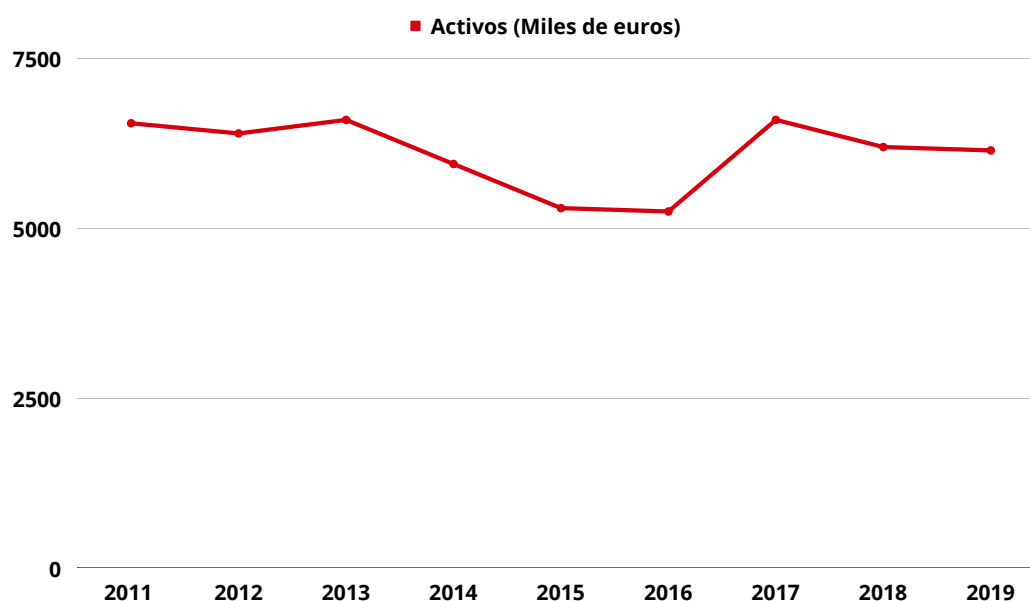
2. Indicadores de las empresas de la industria de alimentación y bebidas de Andalucía

El presente apartado ofrece una descripción de los principales indicadores de la empresa de alimentación y bebidas de Andalucía, de conformidad con la muestra seleccionada. En todo este apartado, se presenta un estudio de la evolución de los principales indicadores de la industria durante la pasada década, marcados en su inicio por las consecuencias de la crisis financiera de 2008 y que concluye con las consecuencias más inmediatas de la pandemia de COVID-19 que afecta a Occidente desde marzo de 2020. Con este enfoque, resulta posible ofrecer una visión dinámica de la industria de la alimentación y de la fabricación de bebidas en la zona, prestando atención a los hechos más relevantes y constitutivos de hitos cuyo impacto puede determinar el devenir de esta industria en Andalucía.

2.1. Medias generales

En primer lugar, ofrecemos una descripción del tamaño medio de las empresas de esta industria. Para ello, presentamos el valor medio del activo en euros de las compañías que conforman nuestro estudio. A lo largo del período, el valor promedio del activo de las empresas de la industria de alimentación y bebidas andaluza que componen nuestra muestra se ha situado en torno a los 6 millones de euros (FIGURA 1). Los años 2015 y 2016 supusieron los valores mínimos de activo medio, apenas superando los 5 millones de euros, logrando el sector deshacerse de la tendencia a la baja alcanzando un máximo en 2017 de más de 6,6 millones de euros. Ahora bien, los datos disponibles de los años siguientes, y a la espera de disponer de datos consolidados para el año 2020, impactado por la pandemia de COVID-19, han retomado su descenso.

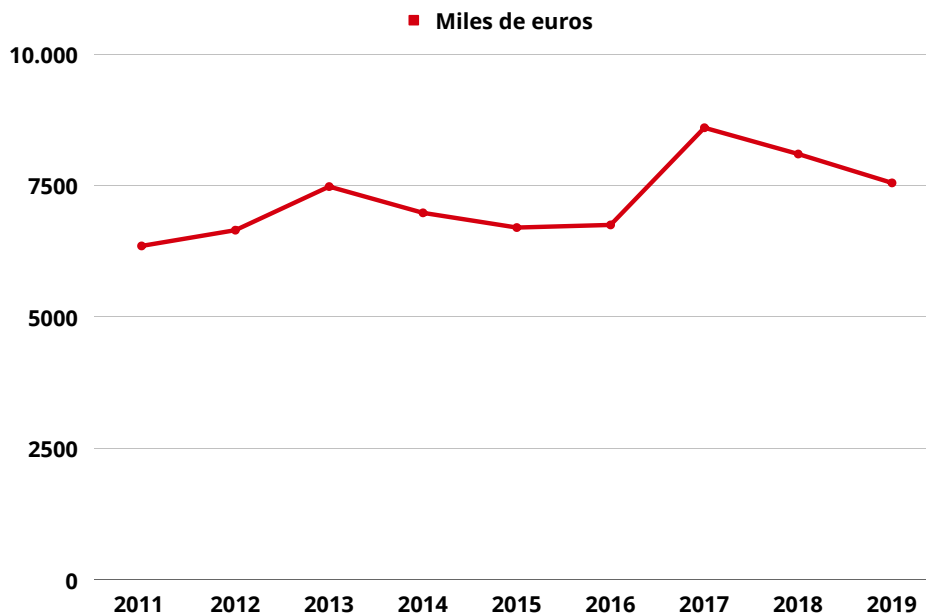
FIGURA 1. Activo de las empresas de Andalucía.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

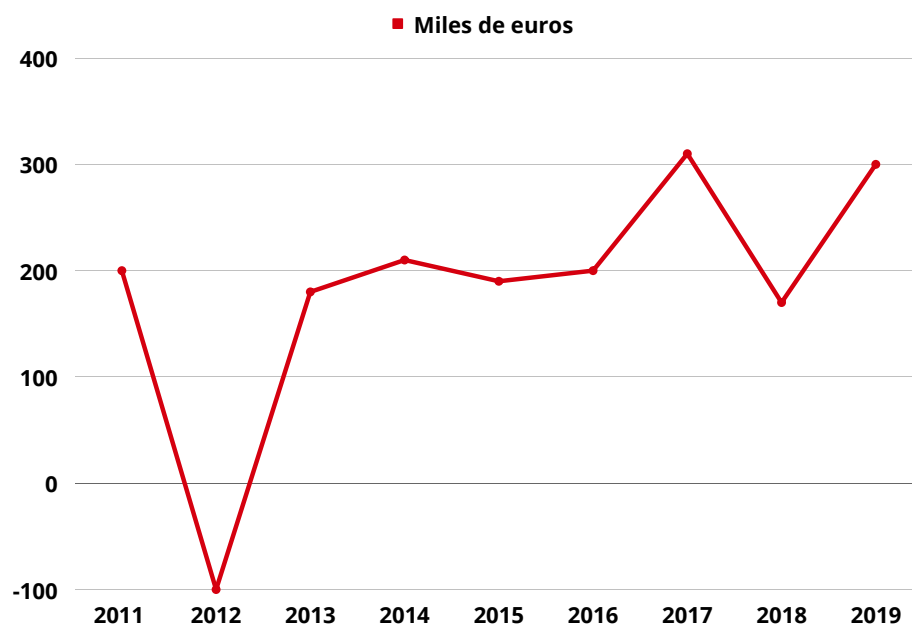
En la misma línea, las FIGURAS 2 y 3 muestran la cifra de negocios y los resultados antes de impuestos promedios de las empresas de nuestra muestra a través de la última década. Especialmente significativo resulta el año 2012: pese a representar la cifra de negocios un valor superior a 6 millones de euros, valor acorde al del resto de años incorporados, la media del sector en lo respectivo a sus resultados antes de impuestos fue negativa, resultando en el único año del estudio que arroja un valor promedio negativo, de 100.000 euros.

FIGURA 2. Cifra de negocios de las empresas de Andalucía.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

FIGURA 3. Resultados antes de impuestos de las empresas de Andalucía.

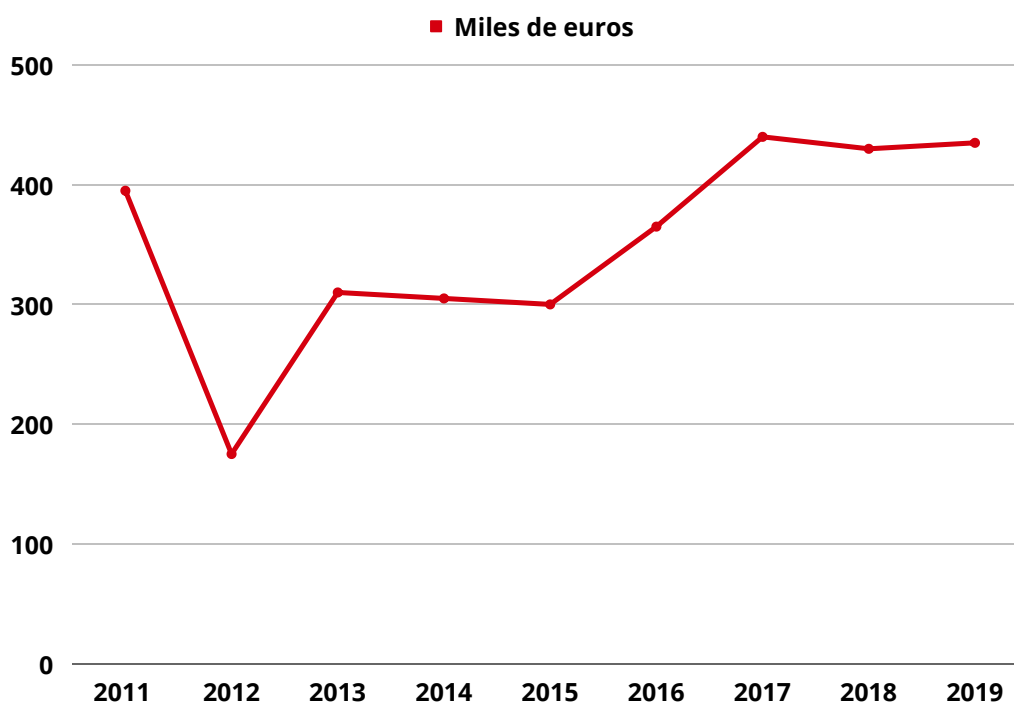


Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)



Para comprender mejor el contexto que llevó al sector a sufrir de forma especialmente sensible resulta de utilidad la FIGURA 4, que representa la disponibilidad de liquidez de las empresas del sector, medido a través de los flujos de efectivo. El año 2012 ofrece el valor promedio más bajo de todo el período evidenciando las dificultades a las que se enfrentó esta industria durante los años posteriores a la crisis financiera mundial que estallara en 2008.

FIGURA 4. Flujos de efectivo de las empresas de Andalucía



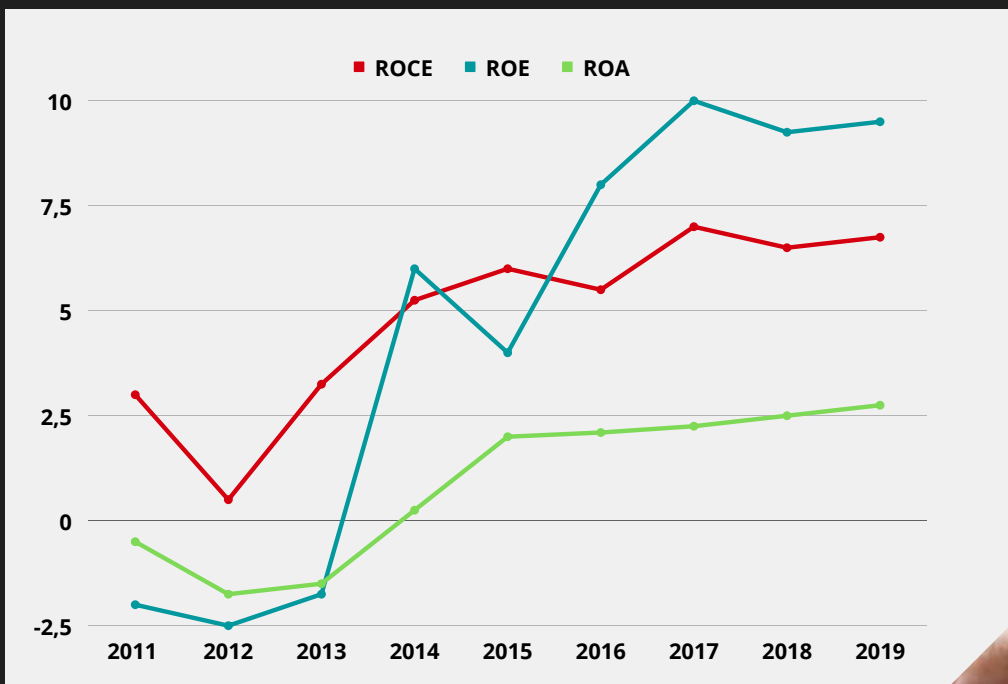
Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

Este tipo de dificultades tampoco han pasado desapercibidas en el pasado a la hora de realizar análisis de la evolución de industrias íntimamente relacionadas. Así, el sector agrario andaluz sufrió su peor año en lo referente a su cifra de negocios en el año 2012. Las consecuencias de la mencionada crisis en la población supusieron una contracción de la demanda que afectó al nivel de producción, destruyendo tejido industrial y afectando gravemente a empresarios y trabajadores del sector (Unicaja, 2013).

Igualmente, en el descenso de la renta disponible de los hogares a principios de la década pasada trajo como consecuencia la contracción en la demanda de todo tipo de productos de consumo, de forma que las ventas tendieron, de forma general, a su decrecimiento. Unido a este hecho se encuentra el descenso especialmente acusado de la hostelería, sector estratégico para la industria de alimentación y bebidas, en la región en dicho año (INE, 2013). La menor demanda por parte de la restauración reforzó los negativos resultados del sector y puso en grave peligro la supervivencia de muchas de las empresas que lo integran.

Es por ello que la rentabilidad económica de las empresas del sector se vio especialmente afectada en los primeros años de la pasada década. Puede apreciarse en la FIGURA 5 que los indicadores de rentabilidad ROE, ROCE y ROA para las empresas de la industria de alimentación y bebidas entre 2011 y 2013 que componen la muestra ofrecieron valores próximos a 0, incluso negativos. No es hasta 2014 cuando el sector presenta signos de recuperación, la cual parece estar estabilizada hasta el momento actual, exceptuando los datos aún no consolidados del año 2020.

FIGURA 5. ROE, ROCE y ROA de las empresas de Andalucía.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

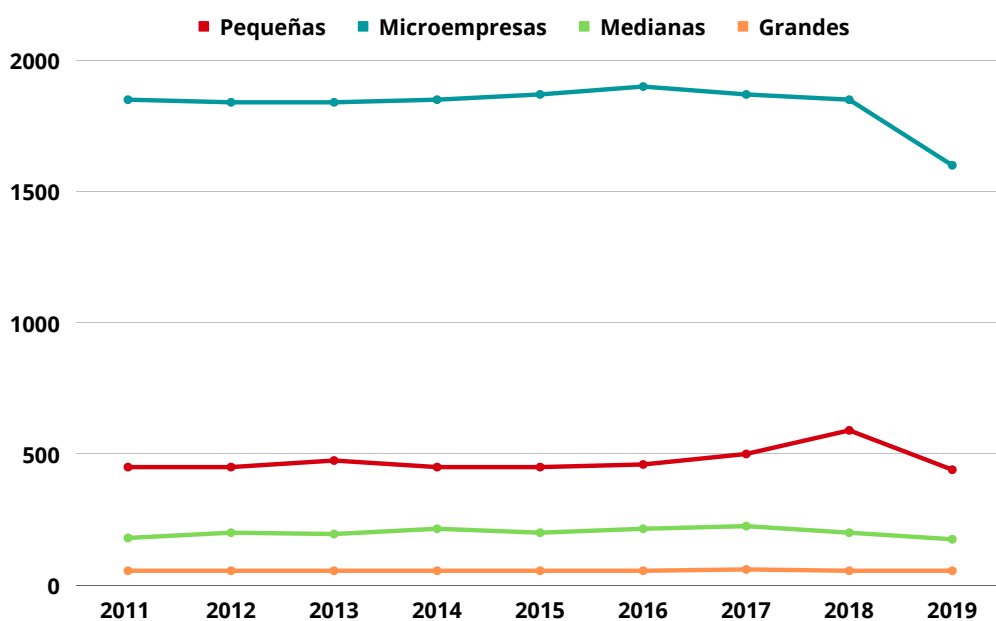


2.2. Tamaño de las empresas y forma jurídica

La industria de alimentación y bebidas andaluza se caracteriza por la predominancia de microempresas sobre el resto, siguiendo los criterios de categorización contable empleados por la Unión Europea, tal y como se presenta en la FIGURA 6. Esta circunstancia nos permite considerar que las apreciaciones a realizar sobre el sector están inevitablemente caracterizadas por el peso relativo que las microempresas tienen en el sector.

Si atendemos a los datos presentados en la TABLA 2, se aprecia que la forma jurídica predominante en el sector, según la muestra, para el año 2020 es la sociedad limitada, cuyas menores exigencias de capital mínimo se adaptan a la perfección a empresas de menor tamaño. Menos predominantes, pero aún reseñables, se encuentran las formas jurídicas de sociedad anónima y la cooperativa. Con respecto a esta última, cabe mencionar que, aunque en la tradición industrial del sector agrícola y ganadero andaluz sí tenga una mayor presencia, en la industria de alimentación y bebidas solo es la tercera forma jurídica más frecuente.

FIGURA 6. Número de empresas por tipo en Andalucía.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

La sociedad limitada es el tipo societario más habitual entre las empresas en activo en la industria de alimentación y bebidas, con una amplia mayoría sobre la sociedad anónima y la cooperativa, segundo y tercer tipo respectivamente.

Tabla 2 - Número de empresas activas por forma jurídica y año

FORMA JURÍDICA	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ASOCIACIÓN	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
COMUNIDAD DE BIENES	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
COOPERATIVA	158	158	158	155	155	156	156	152	152	150	150
SOCIEDAD ANÓNIMA	434	425	414	386	375	353	336	318	301	286	277
SOCIEDAD CIVIL	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
SOCIEDAD COMANDITARIA	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
SOCIEDAD LIMITADA	3341	3371	3411	3333	3372	3313	3286	3252	3180	3025	2825
SOCIEDAD REGULAR COLECTIVA	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
NO ESPECIFICADAS	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
TOTAL	3943	3964	3993	3885	3913	3833	3789	3732	3642	3470	3261

Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

EL NÚMERO DE EMPRESAS EN ACTIVO A LO LARGO DE LA PASADA DÉCADA HA DISMINUIDO PAULATINAMENTE



2.3. Subsectores de la industria de alimentación y bebidas.

El presente análisis se centra en la totalidad de las empresas andaluzas con un campo de actividad que abarque la industria de la alimentación o de la fabricación de bebidas. De cara a obtener una visión más completa de su realidad, vamos a analizar su distribución en torno a los diferentes subsectores que integran la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE).

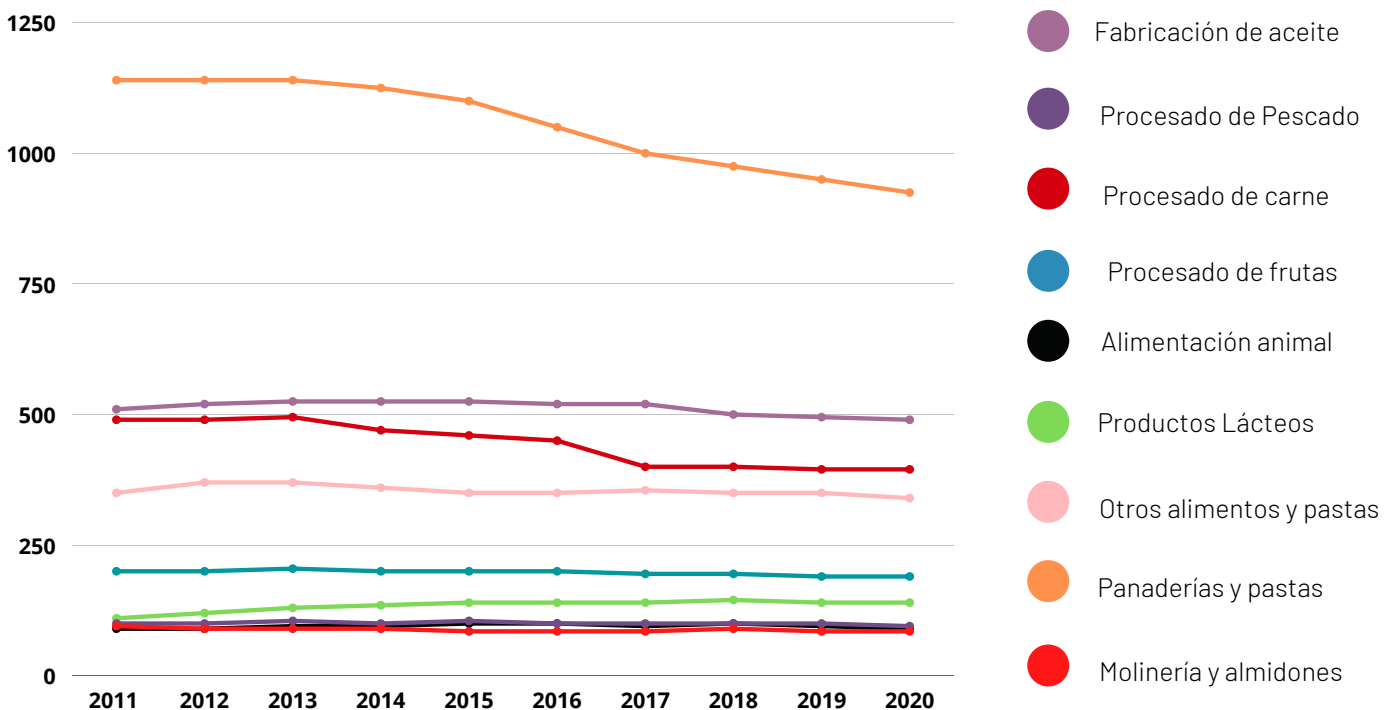
En este apartado, por tanto, separamos el análisis en dos sub-apartados: uno se centra en la industria de la alimentación, código principal CNAE 10, mientras que el otro hace lo propio para la industria de la fabricación de bebidas, código principal CNAE 11.

2.3.1. Subsectores de la industria de la alimentación.

La evolución de los pesos de los distintos subsectores de la alimentación en la última década ha sufrido pequeñas variaciones. Aun con todo, es posible apreciar sutiles diferencias a través de la FIGURA 7, que presenta la distribución por subsectores entre 2010 y 2020 en nuestra muestra.



FIGURA 7. Número de empresas de alimentación por subsector.

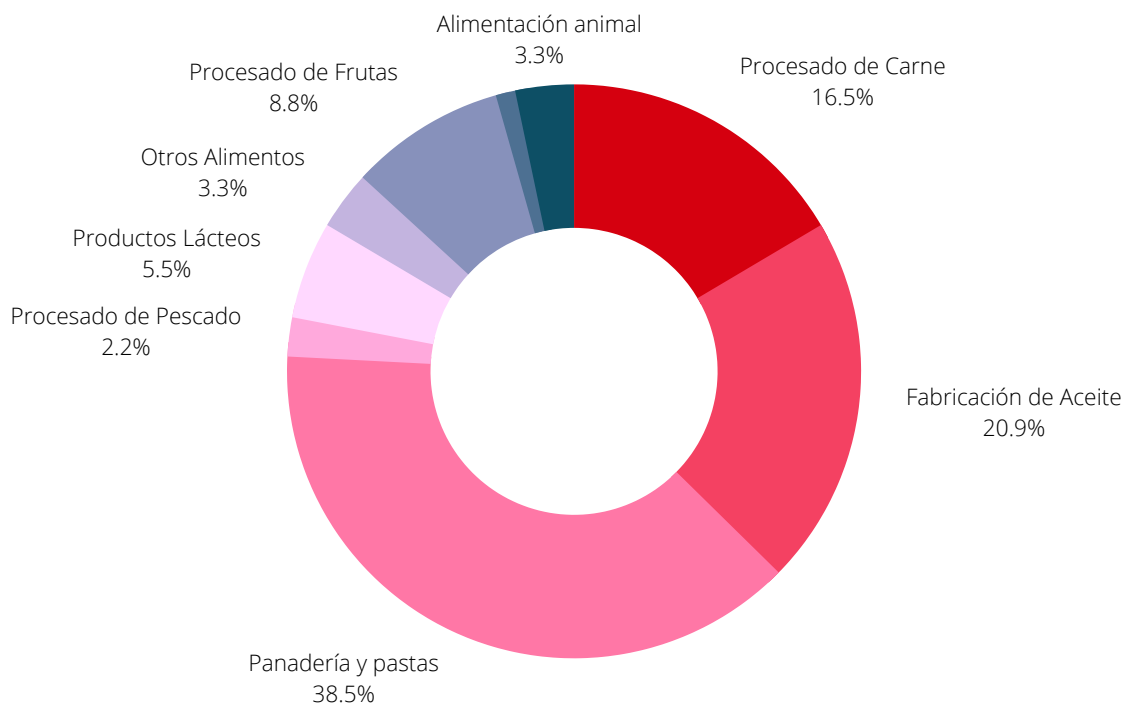


Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)



Los datos nos ofrecen una perspectiva de la evolución del sector durante la pasada década, destacando en número de empresas aquellas dedicadas a la fabricación de bienes de panadería y pastas, seguida por las empresas de fabricación de aceites. Ambas actividades forman parte de la cultura productiva de Andalucía, de ahí su predominancia durante toda la serie temporal. En cualquier caso, mientras que las empresas de panadería se han reducido en número desde 2012 de forma continuada, las de fabricación de aceites se han mantenido estables. La FIGURA 8 presenta la distribución porcentual de las empresas andaluzas en cada subsector de actividad para el año 2020.

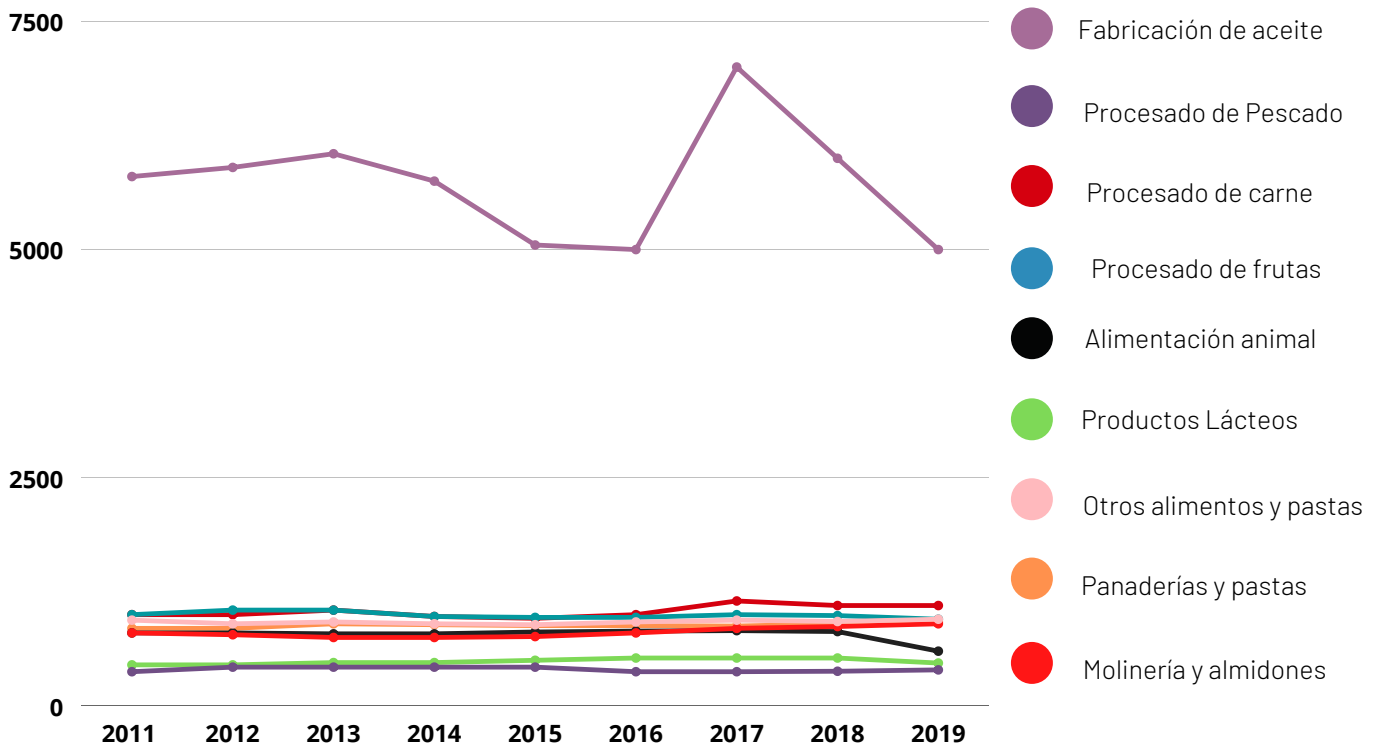
FIGURA 8. Porcentaje de empresas por subsector de alimentación en 2020.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

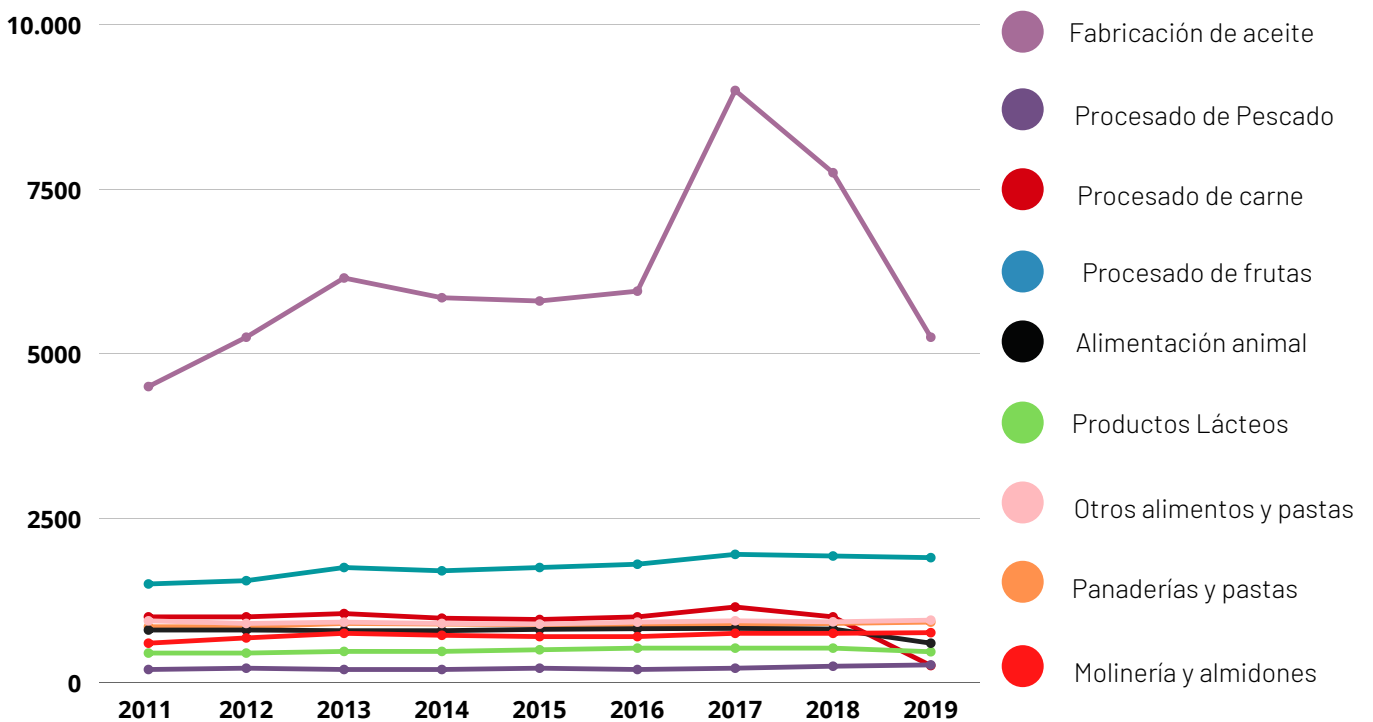
En la línea de lo ya comentado, las empresas de fabricación de productos de panadería, con un 35%, y las de fabricación de aceites, con un 19%, representan casi la mitad del total de empresas en activo de la muestra en la actualidad. Se aprecia además que los subsectores del procesado de la carne y de la alimentación animal contribuyen de forma notable con un 15% y un 12% del total de empresas en activo de la muestra. Estos cuatro subsectores aportan el 81% de las empresas en activo tras concluir el año 2020.

FIGURA 9. Activo total por subsectores en millones de euros.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

FIGURA 10. Cifra de negocios total por subsectores en millones de euros.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

En cualquier caso, el desglose en subsectores de actividad aquí incluido solo recoge parcialmente la realidad del sector, puesto que la importancia de cada uno de ellos sobre el total de este no solo ha de medirse en torno al número de empresas que lo forman.

Es por ello que ofrecemos en nuestro análisis el desglose por subsectores de actividad del activo y la cifra de negocios que representan en la industria de la alimentación. Las FIGURAS 9 y 10 recogen la tendencia seguida por cada uno de los subsectores analizados, permitiendo extraer conclusiones adicionales.

Por un lado, la importancia del sector de la fabricación de aceites queda patente: representa la mayor aportación de activo y de cifra de negocios al sector a lo largo de todos los años estudiados de la muestra. Se dan dos características para este hecho: Primero, es uno de los sectores estratégicos para Andalucía; segundo, se trata de una industria especialmente intensiva en capital, al emplear maquinaria que alcanza su óptimo cuando se trata de gran producción.

Como contrapartida se aprecia que el subgrupo más numeroso, el correspondiente a producción de bienes de panadería y pasta, no contribuye en gran cantidad al sector ni en lo referente a su aportación de activo, ni en cuanto a facturación de la muestra. El enfoque minorista de esta actividad contribuye a comprender el evidente desfase entre ambas estadísticas. Sin ir más lejos, la contribución del subsector de la fabricación de molinería y almidones es equivalente al de panadería pese a tener una presencia minúscula en cuanto a número ya que se trata de organizaciones de mayor tamaño, enfoque mayorista y que atienden a grandes demandas de producción.

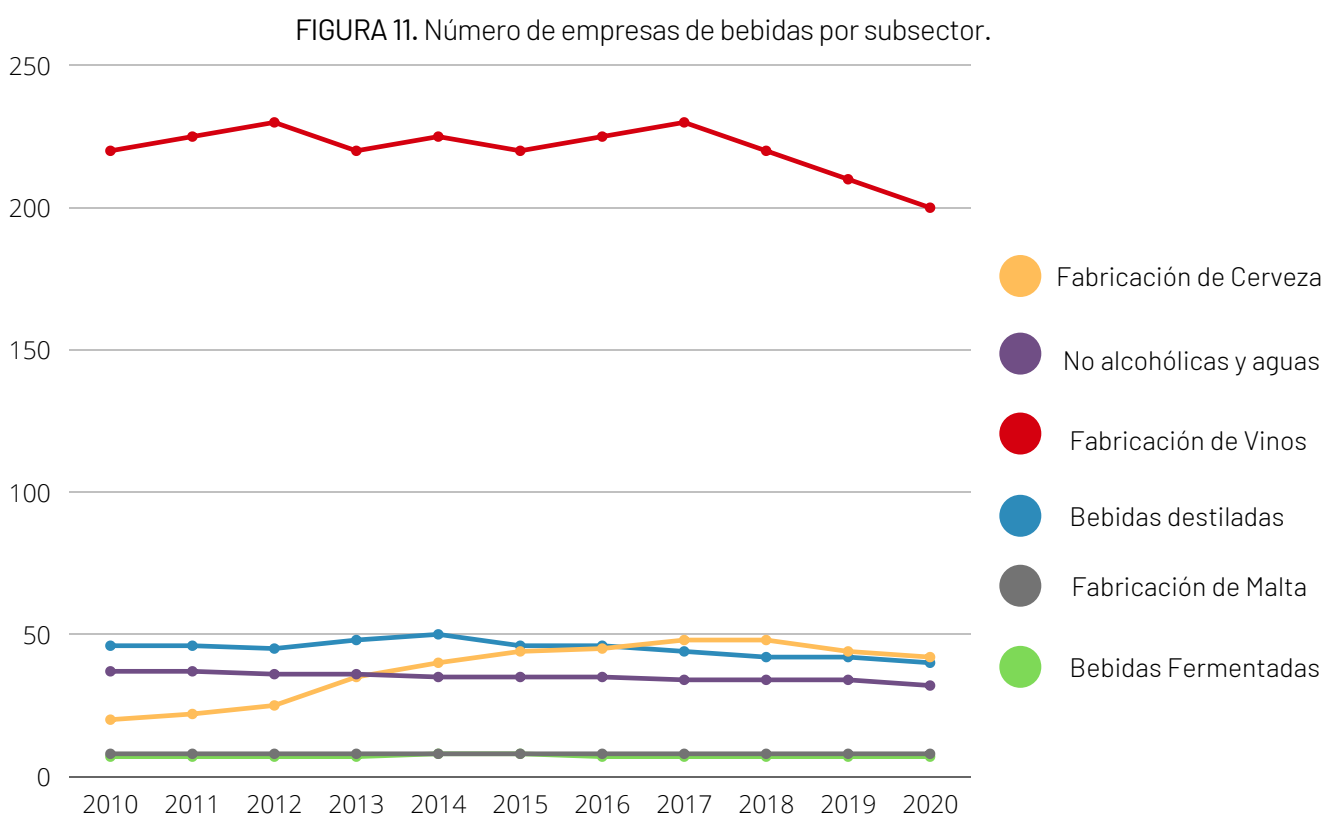
La importancia del sector de la fabricación de aceites en Andalucía se reafirma al liderar en su contribución al activo y cifra de negocios de la industria.





2.3.2. Subsectores de la industria de la fabricación de bebidas.

En lo que respecta a la industria de la fabricación de bebidas, el sector sí ha experimentado cambios notorios en cuanto a la distribución del número de empresas por subsectores, de conformidad con nuestra muestra. Para proceder a este análisis, partimos de los datos presentados en las FIGURA 11 para apreciar la evolución entre 2010 y 2020.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

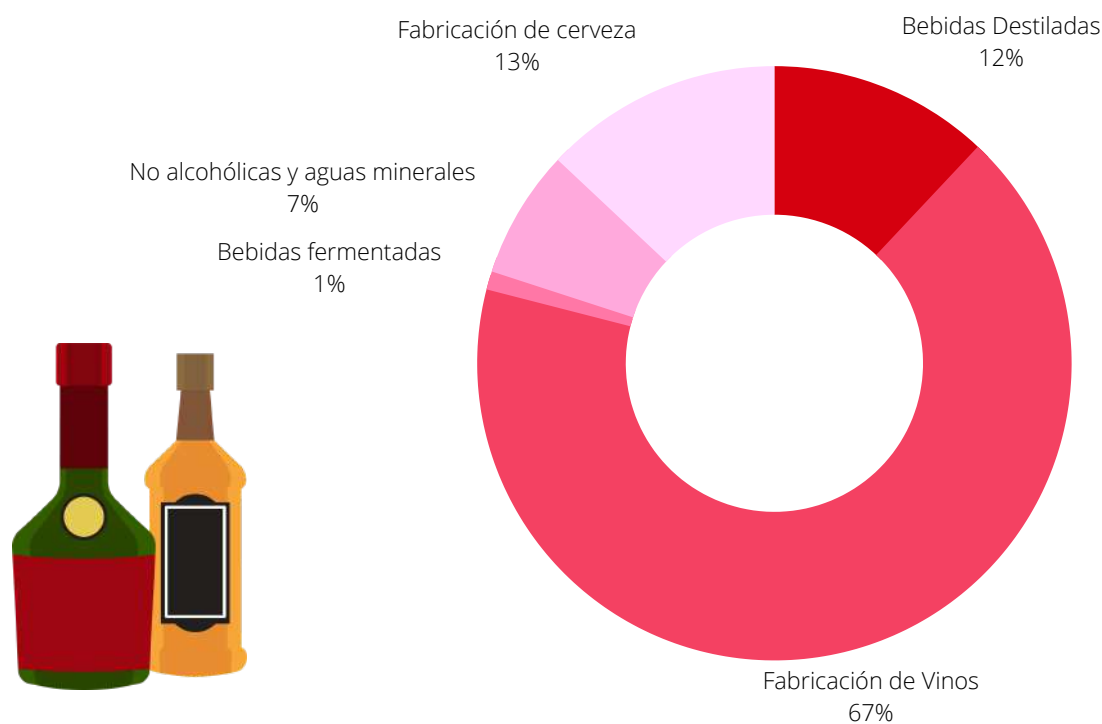
Desde el comienzo de la década se aprecia la superioridad numérica de una de las actividades sobre el resto: la fabricación de vinos supone cerca del 75% del total de empresas a lo largo de la totalidad del período analizado, sin que ninguna de las demás se haya aproximado en número. Tratándose Andalucía de una región con amplia tradición en lo que respecta a la enología, esta estadística resulta congruente y no presenta sorpresas.

Uno de los subsectores de actividad que más ha crecido en número de empresas en activo ha sido el de la fabricación de cerveza. La región también goza de reconocimiento en cuanto a la producción de esta bebida, por lo que no debería resultar sorprendente su amplia presencia. Sin embargo, la estadística es muy visual: el número de empresas dedicadas a esta industria se duplicó entre 2010 y 2015, llegando casi a triplicarse si tomamos los valores disponibles para el año 2020. Se trata de un crecimiento considerable que no se ha apreciado para ninguno de los demás sectores analizados en este estudio.



Por otra parte, los subsectores que tienden a perder empresas representantes a lo largo de la última década son el de la fabricación de bebidas destiladas y, en mayor medida, el de la fabricación de bebidas no alcohólicas y de embotellamiento de aguas minerales. Su menor presencia en cuanto a número no determina necesariamente un debilitamiento de la industria en Andalucía: ha existido mayor concentración y no han surgido nuevos competidores a lo largo de los años, contribuyendo a que su representación en número sobre el total haya caído. La FIGURA 12 presenta la distribución porcentual de las empresas andaluzas en cada subsector de actividad para el año 2020.

FIGURA 12. Porcentaje de empresas por subsector de bebidas en 2020.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

Las empresas de fabricación de vino y cerveza representan en la actualidad el 80% de las empresas en activo de la muestra. Las bebidas destiladas son el tercer subgrupo con un 12% del total, por delante del 7% que representan las empresas de fabricación de bebidas no alcohólicas y de aguas minerales. La fabricación de bebidas fermentadas y la fabricación de malta tienen una presencia casi nula en la industria, pero están representadas entre las empresas en activo en la actualidad.



En cualquier caso, al igual que se señaló para el sector de la alimentación, resulta posible realizar algunas apreciaciones adicionales sobre la distribución de actividades y sus aportaciones al grueso de la industria, partiendo de los datos representados en las FIGURAS 13 y 14, las cuáles muestran, respectivamente, la contribución de cada subsector al activo y a la cifra de negocios total de la industria.

La primera mención cabe realizarla en torno a la fabricación de vinos: su presencia mayoritaria en cuanto a número de empresas no se materializa en suponer la mayor cantidad de activo del sector, quedando en segunda posición con respecto a la fabricación de cerveza. La explicación más congruente se halla en la naturaleza de este tipo de organizaciones, habitualmente de pequeño tamaño y preeminentemente familiares, de ahí que resulten abundantes en número, pero su contribución en conjunto a la industria en general sí resulte más comedia. En cualquier caso, su aporte resulta especialmente importante y son un baluarte de la industria de la región.

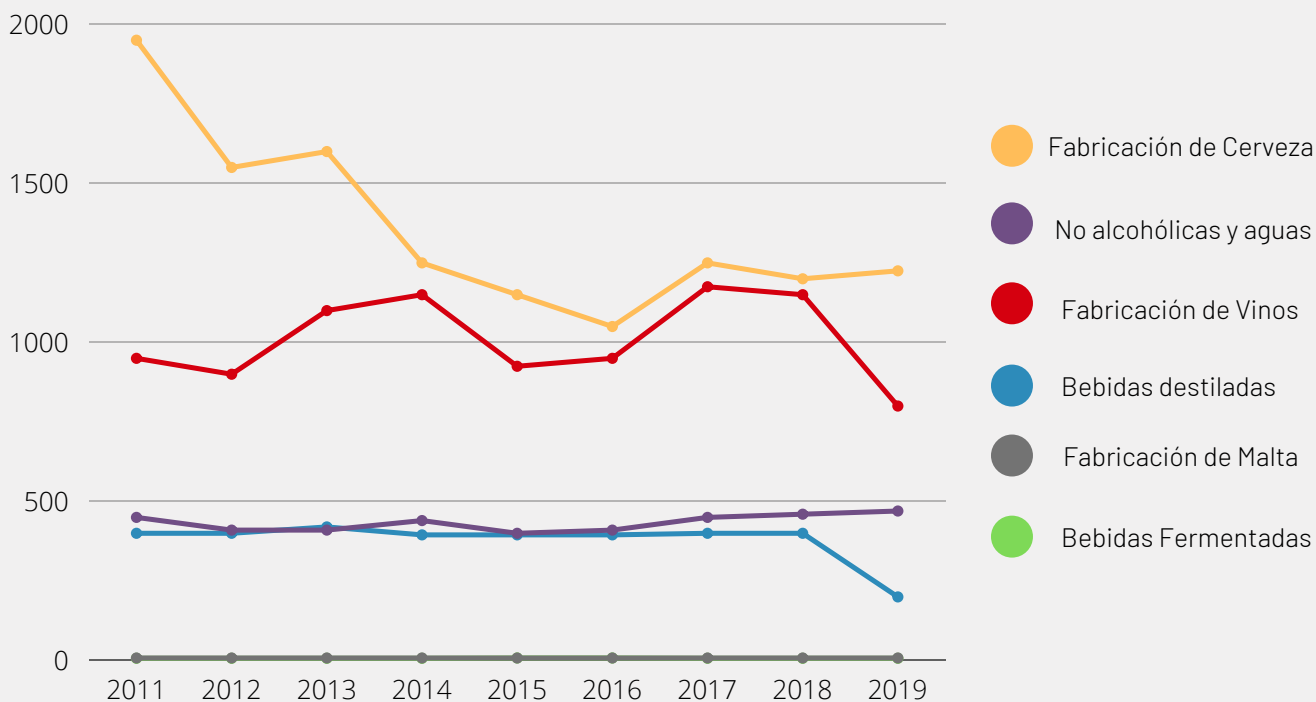
Prestando atención a la industria de fabricación de cerveza, la de mayor tamaño y primera en aportación a la cifra de negocios total del sector, se aprecia un hecho interesante: tal y como se ha comentado previamente, el número de empresas dedicadas a esta actividad ha aumentado, aunque el tamaño total del subsector ha tendido a la baja, disminuyendo con el paso de los años. Sin embargo, su aportación a la cifra de negocios no ha resultado tan abrupta: si bien se aprecia una trayectoria a la baja, no ha sido continua e incluso parece haberse controlado en los dos últimos períodos con datos consolidados, por lo que estamos ante una industria que ha mejorado en cuanto a su eficiencia.

Aunque si se desea hablar de eficiencia, el subsector a analizar es claramente el de las bebidas no alcohólicas y el embotellamiento de aguas minerales. Pese a no representar un porcentaje elevado del sector, como se vio previamente, y a estar ampliamente por detrás de las industrias cervecera y vinícola, se coloca en segunda posición como industria que más aporta a la cifra de negocios del sector de las bebidas en Andalucía en nuestra muestra, destacándose como un ejemplo de generación a la cifra de negocios con menor exigencia de recursos y demandando la atención como sector estratégico.



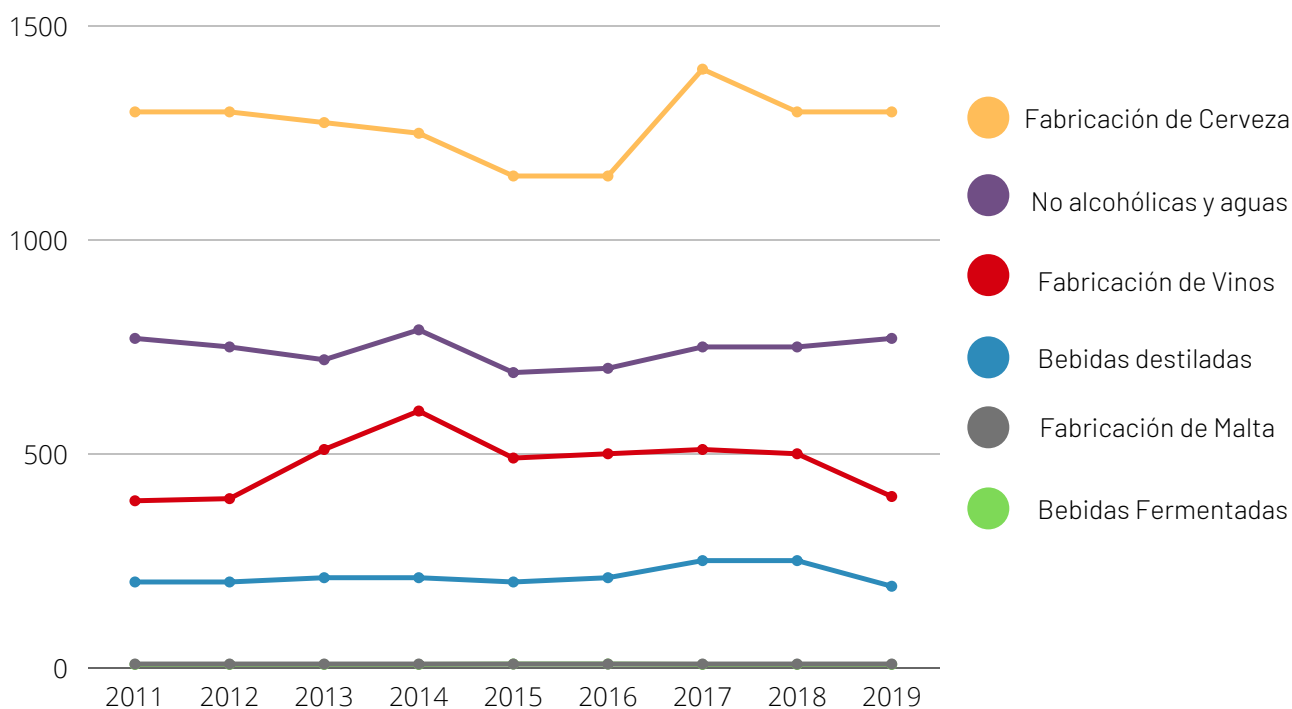


FIGURA 13. Activo total por subsectores en millones de euros



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

FIGURA 14. Cifra de negocios total por subsectores en millones de euros



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

3. La resiliencia de la industria de alimentación y bebidas



En este apartado realizamos un análisis descriptivo de la resiliencia de las empresas que conforman la industria de alimentación y bebidas en la muestra. La resiliencia, entendida como la capacidad de las empresas de mantener un funcionamiento confiable a pesar de la adversidad (Williams et al., 2017), supone una capacidad de las organizaciones que no solo les permite aumentar sus posibilidades de supervivencia, sino que su recuperación ante perturbaciones del entorno suponga una oportunidad para incluso mejorar su situación. De cara a realizar el presente análisis descriptivo, emplearemos como indicador los ceses de actividad acontecidos en el sector durante la pasada década. En este sentido, el hecho de que una empresa cese su actividad se ha empleado de forma reiterada en la literatura específica como un indicio convincente de falta de resiliencia. La imposibilidad de sobrevivir ante entornos desafiantes evidencia que la capacidad de adaptación de la organización no era suficiente para lograr el éxito. Nuestro análisis centra sus conclusiones en torno a dichos acontecimientos, tal y como se aprecia a continuación.

3.1. Evolución global

En primer lugar, corresponde analizar el número de empresas de la industria de alimentación y bebidas en activo a lo largo de la pasada década. A través de los gráficos descriptivos ofrecidos podemos extraer datos que ayuden a comprender mejor las tendencias en cuanto a su supervivencia.

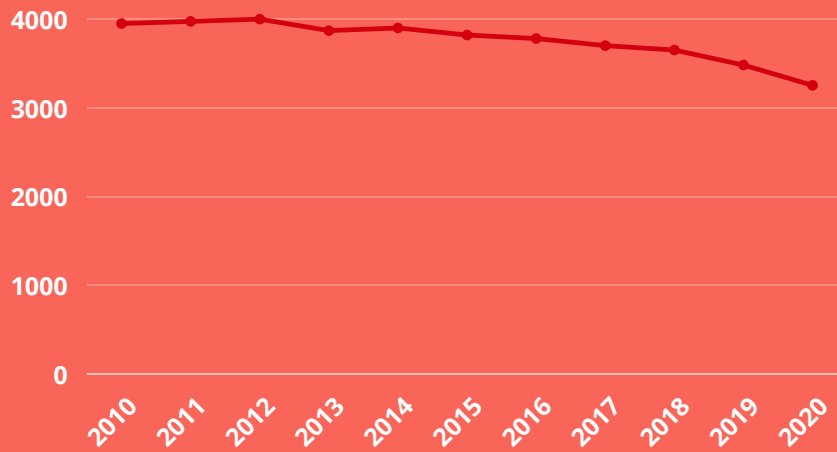
El número total de empresas activas en la industria de alimentación y bebidas en Andalucía, de conformidad con nuestra muestra, se ha visto reducido en la última década de forma progresiva. La FIGURA 15 muestra el descenso continuado durante el período de estudio. Tras alcanzarse un máximo de 3964 empresas en activo en el año 2011, el número total ha decrecido de forma constante hasta situarse en 3234 empresas en el año 2020.

El número de empresas en activo se ha visto reducido a lo largo de la pasada década en Andalucía. Huelva y Cádiz han sido las provincias más afectadas.



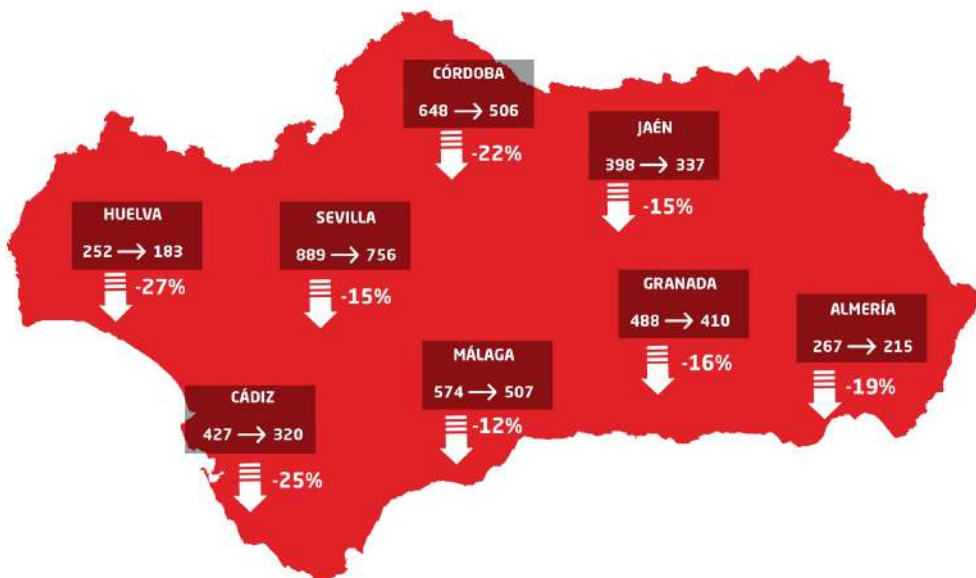
A nivel provincial, la FIGURA 16 permite apreciar al mismo tiempo la distribución del sector entre las 8 provincias andaluzas y la evolución de su estado. Se aprecia que los descensos más pronunciados en el porcentaje de empresas de la industria de alimentación y bebidas en activo a lo largo del período se han producido en las provincias de Huelva y Cádiz, quienes han perdido un 27% y 25% de sus empresas respectivamente. Córdoba y Sevilla son las dos provincias que mayor número de empresa en activo han perdido, con 142 y 133 menos en el período respectivamente. El resto de las provincias tampoco escapan a la tendencia en la región: Hay menos empresas en activo en 2020 de las que había en 2010. La FIGURA 17 muestra la evolución año tras año en cada provincia.

FIGURA 15. Número de empresas activas en Andalucía por año.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

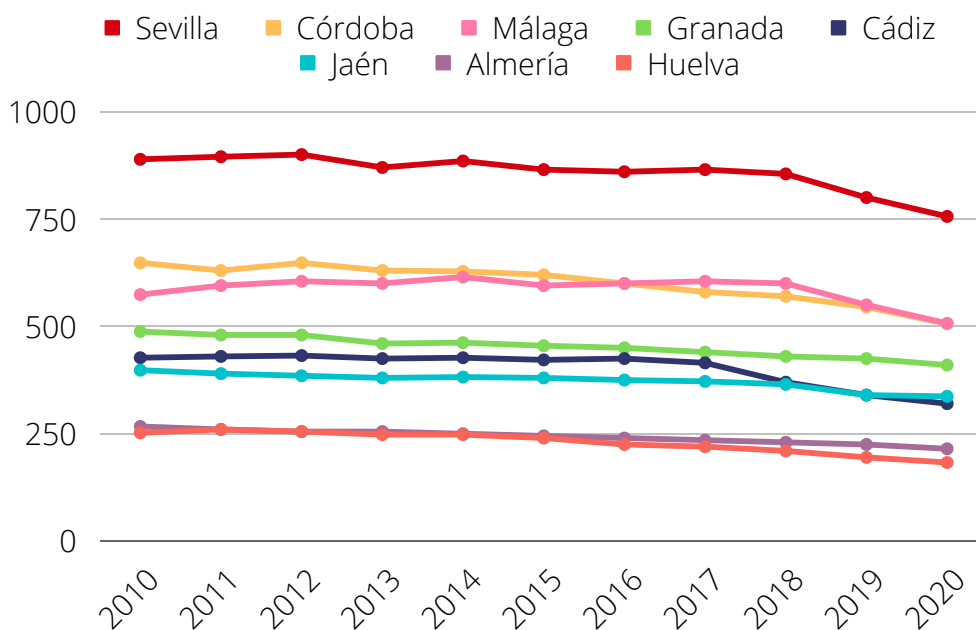
FIGURA 16. Evolución porcentual del número de empresas en activo en el período 2010 - 2020



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

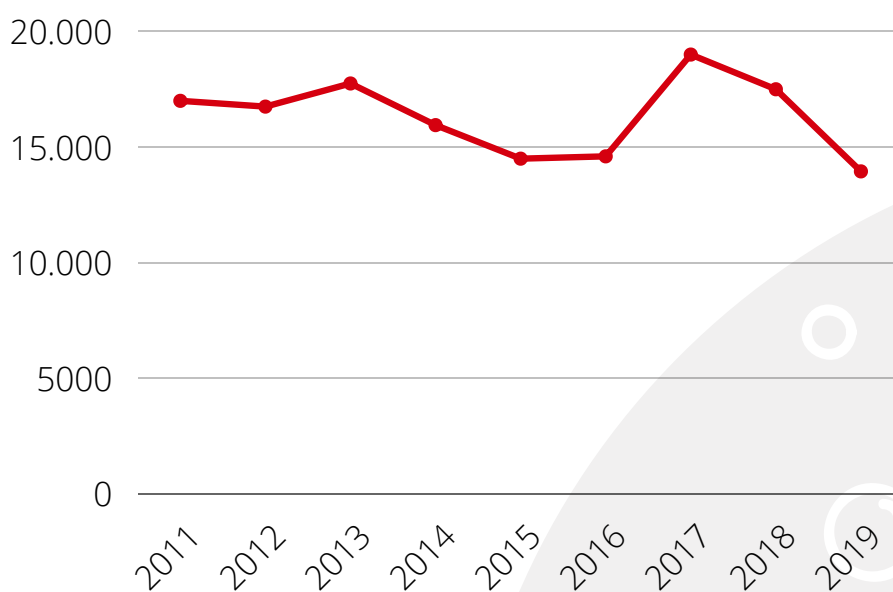
El descenso progresivo del número de empresas de la industria de alimentación y bebidas en Andalucía puede analizarse desde la perspectiva de su capacidad productiva. Para ello, hemos presentado la suma del activo de las empresas activas de la muestra en cada año, datos que se presentan en la FIGURA 18. Se aprecia que la tendencia descendente, antes claramente definida, ya no se aprecia con tanta facilidad. El máximo del período se alcanzó en 2017 con cerca de 19.000 millones de euros, aunque los siguientes dos años supusieron una caída hasta alcanzar un nuevo mínimo de 14.000 millones de euros en 2019. Esta falta de tendencia puede deberse a los procesos de reestructuración que se han realizado en el sector en los últimos años.

FIGURA 17. Número de empresas activas por provincia.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

FIGURA 18. Activo total en millones de euros.



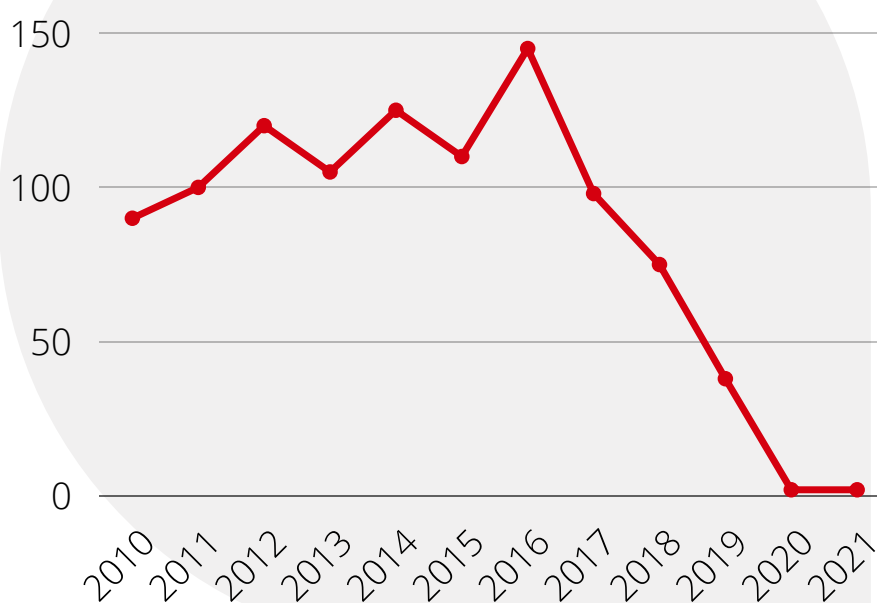
Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

3.2. Empresas de la industria de alimentación y bebidas creadas en el período 2010-2020.

La creación de empresas de la industria de alimentación y bebidas en Andalucía entre 2010 y 2014 ha sido sutilmente positiva, creciendo levemente año a año, y desde 2015, con la excepción de 2016 -máximo de la serie-, ha resultado negativa (FIGURA 19), de acuerdo con los datos de nuestra muestra.

De este primer análisis resulta especialmente interesante mencionar que no se crearon empresas en el sector en la totalidad del año 2020. Este dato resulta de interés para anticipar la tendencia actual de la industria, ya que no ha existido atención por parte de los empresarios andaluces a la creación de nuevas empresas en el sector, lo que evidencia dificultades.

FIGURA 19. Empresas creadas en Andalucía.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

La tendencia es reproducible si se analiza a nivel provincial a partir de la TABLA 3, la práctica totalidad de las 8 provincias andaluzas repiten el mencionado patrón para la Comunidad Autónoma. Granada, por trazar una tendencia más orientada al crecimiento que la media, y Huelva, por resultar precisamente contraria, orientada a la desaceleración más pronunciada en la creación de nuevas empresas, suponen la nota discordante. En cualquier caso, las conclusiones son equivalentes y la tendencia a la baja hasta 2019, el último año con nuevas empresas creadas, es evidente.

Tabla 3 - Número de empresas creadas por provincia y año

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL
ALMERÍA	7	7	7	11	6	9	5	9	8	2	0	71
CÁDIZ	5	9	13	12	13	10	15	7	6	2	0	92
CÓRDOBA	13	10	15	15	15	15	21	7	11	7	0	129
GRANADA	16	8	10	10	15	9	17	13	10	2	0	110
HUELVA	5	9	7	5	6	5	4	3	5	1	0	50
JAÉN	9	9	10	6	8	8	12	11	6	3	0	82
MÁLAGA	17	19	27	20	23	20	37	17	14	6	0	200
SEVILLA	18	27	25	21	31	29	32	28	15	8	0	234
TOTAL	90	98	114	100	117	105	143	95	75	31	0	968

Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

SEVILLA Y MÁLAGA SON LAS PROVINCIAS ANDALUZAS QUE MÁS EMPRESAS HAN CREADO DURANTE LA PASADA DÉCADA, CON 200 Y 234 RESPECTIVAMENTE



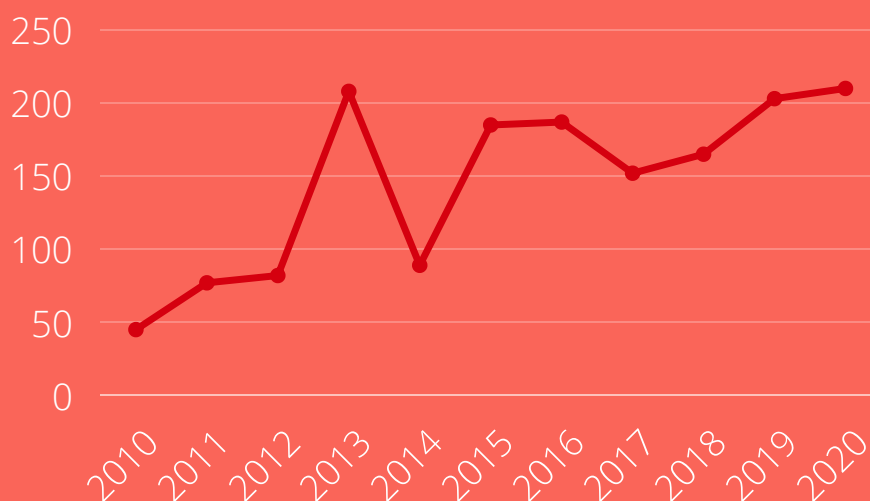
3.3. Empresas de la industria de alimentación y bebidas extinguidas en el período 2010-2020.

Al igual que se comentó sobre la creación de empresas en el período, existe una tendencia fácilmente identificable en torno al número de empresas extinguidas año tras año en Andalucía, con la diferencia de que aquí no es necesario hacer diferentes apreciaciones: ha tendido al alza en la totalidad del período.

El primer detalle que salta a la vista al prestar atención a la FIGURA 20 es el hecho de que el mayor dato obtenido para el período se haya dado en el año 2013. En el apartado 2.2 del presente informe ya se señaló que 2012 supuso un punto de inflexión para el sector, puesto que se obtuvieron los peores resultados económicos de todo el período analizado, siendo la media para el sector un valor negativo de 100.000 euros. Es coherente por tanto que el mayor número de empresas extinguidas se diera al año siguiente, ya que muchas de ellas no pudieron sobreponerse a los efectos de ese período.

Se aprecia asimismo que el número de empresas extinguidas en el año 2019 ya fue notablemente alto: por encima de 200, cerca del máximo histórico de 2013, y apenas algo por detrás de lo que vendría en 2020. Es por ello por lo que es posible matizar los efectos negativos de la pandemia de COVID-19 en lo que respecta a la desaparición de compañías, puesto que, aunque su efecto es fácilmente evidenciable si se analiza cualquier sector directamente impactado por ella, como lo es el de la industria de alimentación y bebidas, la tendencia al alza era evidente ya tiempo atrás y requiere, como mínimo, profundizar más en los males endémicos de una industria que no consigue remontar el vuelo pese a ser uno de los motores económicos de referencia de Andalucía.

FIGURA 20. Empresas extinguidas en Andalucía.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

Tabla 4 - Número de empresas extinguidas por provincia y año

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL
ALMERÍA	3	9	8	12	9	15	9	12	10	12	10	118
CÁDIZ	4	5	12	21	10	19	11	18	43	22	29	194
CÓRDOBA	11	18	9	37	15	25	42	31	18	22	35	263
GRANADA	2	9	8	21	12	21	23	22	14	24	15	171
HUELVA	1	0	7	18	5	13	8	12	11	20	18	113
JAÉN	4	13	6	17	6	10	17	16	13	12	14	128
MÁLAGA	5	9	10	30	10	35	38	16	23	40	40	256
SEVILLA	14	14	22	52	22	47	39	25	33	51	39	358
TOTAL	44	77	82	208	89	185	187	152	165	203	209	1601

Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

Desagregando a nivel provincial de la mano de los datos presentados en la TABLA 4, se aprecia de nuevo que la tendencia mimetiza a la de la región, con la sola excepción de la provincia de Jaén, la cual presenta su propio retroceso en cuanto a extinción de empresas en los últimos años del análisis. Aunque se trata de valores notablemente altos para el histórico de la provincia, los años 2018 y 2019 supusieron una reducción en el número total, con 2020 apenas superando a estos, por lo que su tendencia se distancia de la presentada en el resto de Andalucía.

"PESE A QUE EL COVID-19 HA AFECTADO, LA TENDENCIA AL ALZA EN LA EXTINCIÓN DE EMPRESAS ERA EVIDENTE... YA TIEMPO ATRÁS Y REQUIERE, COMO MÍNIMO, PROFUNDIZAR MÁS EN LOS MALES ENDÉMICOS DE UNA INDUSTRIA QUE NO CONSIGUE RETOMAR EL VUELO PESE A SER UNO DE LOS MOTORES ECONÓMICOS DE REFERENCIA EN ANDALUCÍA"

Llegados a este punto, resulta relevante también analizar los subsectores industriales en los que se está produciendo la pérdida del tejido industrial. Las TABLAS 5 y 6 representan respectivamente el desglose para la industria de la alimentación y para la industria de la fabricación de bebidas, permitiendo un análisis más concienzudo.

Así, en lo referente a la industria de la alimentación, la mayor incidencia se aprecia en el subsector de la fabricación de productos de panadería y pastas, copando las cotas máximas a lo largo de la totalidad del período analizado y evidenciando que la tendencia ha sido consistente y al alza salvo algún año puntual. En segundo lugar, pero a gran distancia, se encuentra el subsector de los productos cárnicos, de nuevo siguiendo la tendencia ascendente desde 2010 hasta 2020.

En lo que respecta a la industria de la fabricación de bebidas, los datos de empresas extinguidas no alcanzan los valores de la industria de la alimentación, pero las conclusiones obtenidas resultan igualmente interesantes. El grupo más numeroso según se pudo comprobar previamente, el subsector vinícola, es también el que mayor número de empresas pierde a lo largo del período. Sin embargo, el grupo con mayor aporte económico a la totalidad de la industria, el de fabricación de cervezas, apenas ha visto reducido su número de empresas en activo a lo largo de los años, evidenciando la buena salud de su tejido industrial particular.

Adicionalmente, es posible analizar las causas oficialmente declaradas para la extinción de la empresa. La TABLA 7 recoge las frecuencias para el período, destacando el cierre de la hoja en el Registro Mercantil sobre el resto de las causas. Dicho acto engloba aquellas actuaciones en las que el administrador social presenta la solicitud para dar de baja la empresa de forma voluntaria. La extinción, por su parte, involucra a terceros, como una declaración judicial para la extinción societaria. Esta última supone la segunda causa de extinción más habitual en el período.

El análisis separado de los factores de creación y extinción del número de empresas de la industria de alimentación y bebidas de Andalucía durante la última década permite señalar que sigue una tendencia decreciente en cuanto a su impacto en la economía de la región y que se requieren medidas para combatir sus efectos negativos antes de que supongan un daño irreversible.



Tabla 5 - Número de empresas extinguidas en la industria de la alimentación

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL
CARNE	3	9	10	33	10	20	26	15	23	23	18	190
PESCADO	2	2	3	7	0	3	4	6	5	8	5	45
FRUTAS	5	6	2	14	3	7	11	6	11	14	9	88
ACEITES	2	9	10	17	3	14	19	13	12	18	17	134
LÁCTEOS	1	3	4	6	2	5	6	3	4	5	9	48
HARINAS	2	2	0	3	4	2	1	1	1	0	2	18
PAN	10	23	25	68	30	53	56	40	55	64	58	482
OTROS	3	6	11	22	11	21	12	23	11	18	31	169
ANIMALES	1	1	2	4	1	2	2	1	0	2	0	16
TOTAL	29	61	67	174	64	127	137	108	122	152	149	1190

LAS EMPRESAS DE PANADERÍA Y FABRICACIÓN DE PASTAS FUERON LAS QUE SE EXTINGUIERON DE FORMA MÁS NUMEROSA EN LA PASADA DÉCADA



Tabla 6 - Número de empresas extinguidas en la industria de la fabricación de bebidas

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL
DESTILADAS	1	0	3	1	0	4	3	3	1	0	1	17
VINOS	6	3	4	11	5	7	7	5	14	8	12	82
SIDRAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FERMENT.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CERVEZA	0	0	0	0	0	1	1	1	2	2	1	8
MALTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NO ALCOHOL.	0	1	1	1	0	4	2	1	1	3	1	15
TOTAL	7	4	8	13	5	16	13	10	18	13	15	122

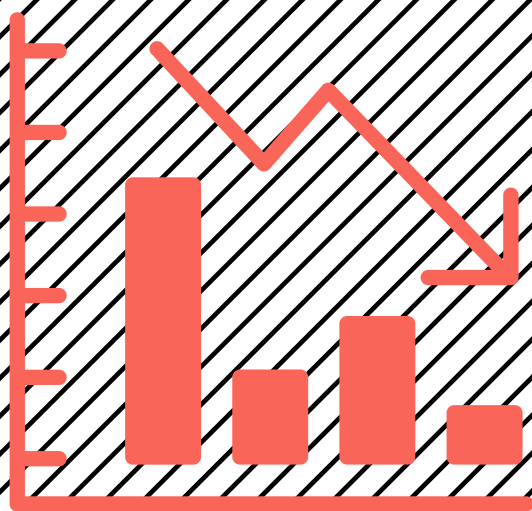
LAS EMPRESAS DE FABRICACIÓN DE VINOS FUERON LAS QUE SE EXTINGUIERON DE FORMA MÁS NUMEROSA EN LA PASADA DÉCADA



Tabla 7 - Causas de extinción de las empresas de Andalucía

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL
BAJA DE OFICIO	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
CIERRE HOJA REGISTRAL	8	34	48	157	34	142	131	88	112	149	163	1066
CONCURSO	1	2	1	1	0	0	1	1	0	3	3	13
DESCONOCIDO	8	5	4	4	5	2	7	10	11	11	0	67
DISUELTA	4	3	8	10	14	9	11	13	11	9	12	104
EXTINGUIDA	23	25	18	31	29	26	34	33	21	27	29	296
ILOCALIZABLE	0	8	6	7	7	6	3	7	9	4	2	59
TOTAL	44	77	85	210	89	185	187	152	165	203	209	1606

Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)



De conformidad con la FIGURA 21, el sector tuvo un último año de crecimiento en términos de número de empresas en el año 2014. Desde ese momento, se extinguieron más compañías de las que se crearon, lo que ha llevado inevitablemente a la disminución del número de compañías totales en activo, tal y como se adelantó previamente.

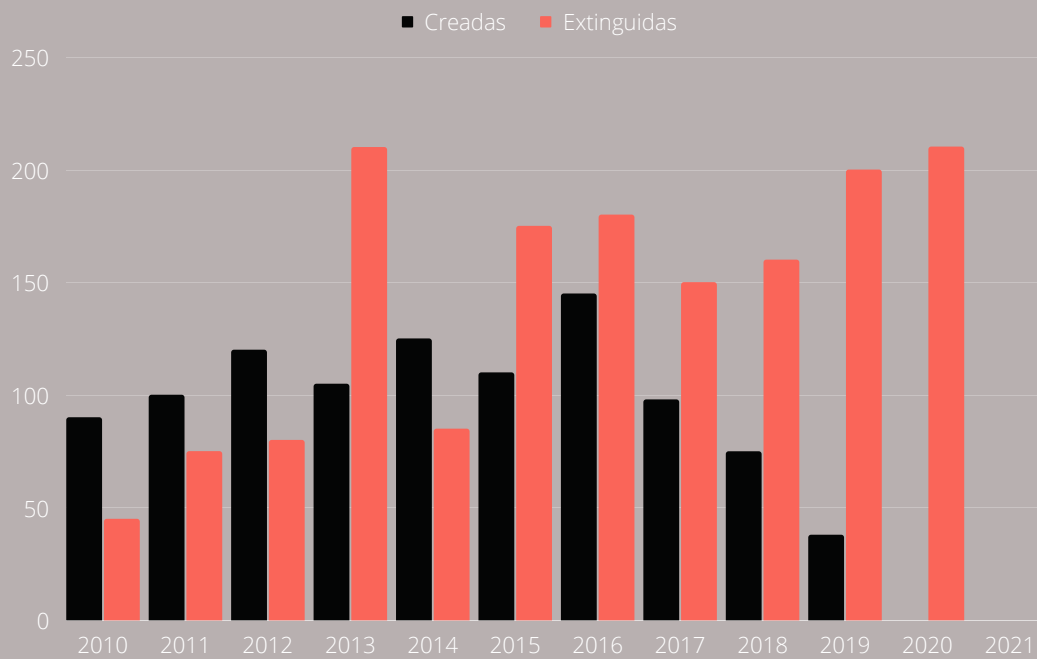
Esta circunstancia resulta especialmente significativa si se tiene en cuenta que ya en el 2019 se crearon poco más de 30 empresas lo que evidencia el hecho de que la industria de alimentación y bebidas andaluza no está cerca de encontrar el cambio de tendencia necesario y las circunstancias económicas generales que se dan en la actualidad no invitan al optimismo.

La FIGURA 22 ofrece una comparativa del activo total creado y extinguido en cada año del período de estudio y permite modular levemente las afirmaciones realizadas previamente, aunque con reservas. Si bien se aprecia que únicamente los años 2015, 2018 y 2020 arrojan un valor de activo neto negativo esto no supone por sí mismo que se genere tejido industrial de calidad, ya que a menudo la información disponible para las empresas que cesan su actividad es incompleta y, por tanto, no se dispone de la totalidad de datos para realizar la comparativa y las conclusiones han de ser obtenidas matizándose debidamente. Así, es posible confirmar que en esos 3 años la información disponible permite confirmar la destrucción de tejido productivo ya intuida gracias a la información presentada en la anterior figura, mientras que para el resto de los años analizados se haría necesario un análisis más en profundidad que permitiera acceder a un mayor volumen de datos.



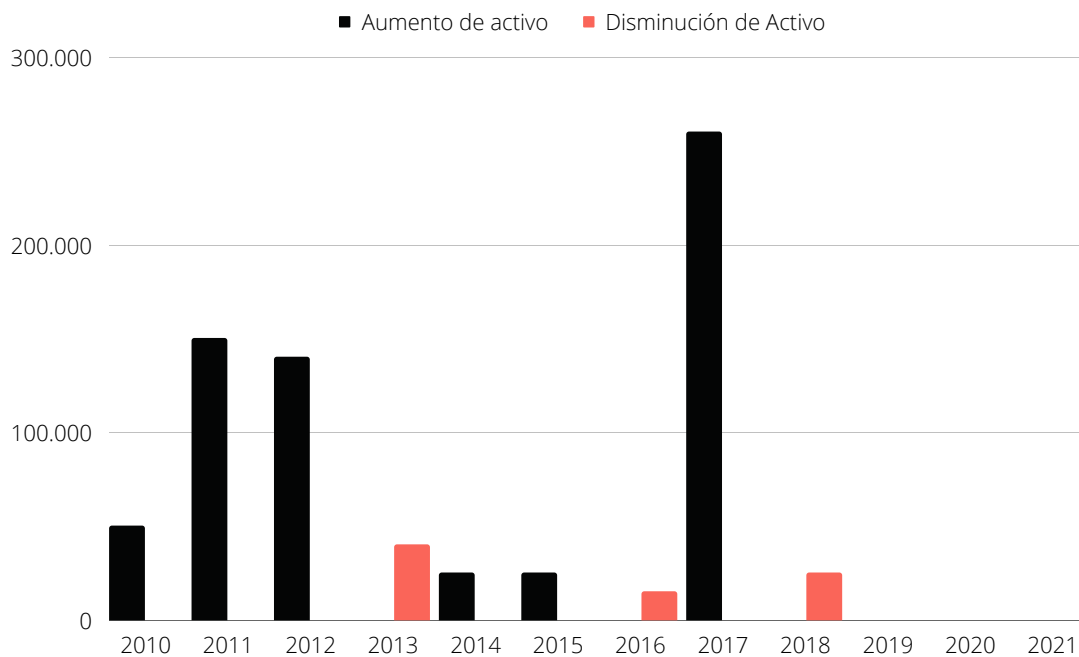


FIGURA 21. Empresas creadas frente a extinguidas.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

FIGURA 22. Diferencia entre el activo de las empresas creadas y el de las extinguidas.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

4. Grupos empresariales

Uno de los fenómenos más relevantes para su análisis es el efecto que está teniendo la pertenencia de las empresas de la industria de alimentación y bebidas andaluza a un grupo empresarial, especialmente en materia de supervivencia, especialmente ahora que se he denotado a lo largo del presente texto la problemática que gira en torno a la viabilidad del sector y su capacidad para resistir a las dificultades que la realidad actual impone a los productores.

Es en ese punto en el que la pertenencia a un grupo empresarial puede marcar la diferencia. El mayor acceso a recursos financieros y capacidades de gestión de éxito contrastado en este y otros sectores de actividad permiten anticipar mejores tasas de supervivencia entre aquellas que no operen por su cuenta.

En este apartado se ofrece una visión descriptiva amplia de los aspectos que rodean a este tipo de estructuras, características propias de los grupos corporativos a los que pertenecen algunas de las empresas de la industria de alimentación y bebidas andaluza y evidencias sobre su mayor resiliencia, esto es, los mejores datos obtenidos en cuanto a su supervivencia y capacidad de sortear obstáculos que pueden suponer el cese completo de la actividad en los supuestos más extremos.

La industria de alimentación y bebidas de Andalucía no ha visto nacer una empresa desde el año 2019. Las circunstancias económicas actuales no invitan a pensar en un cambio de tendencia tampoco.



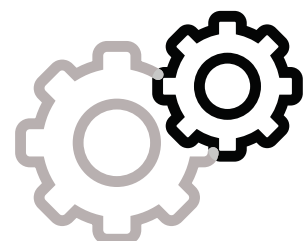
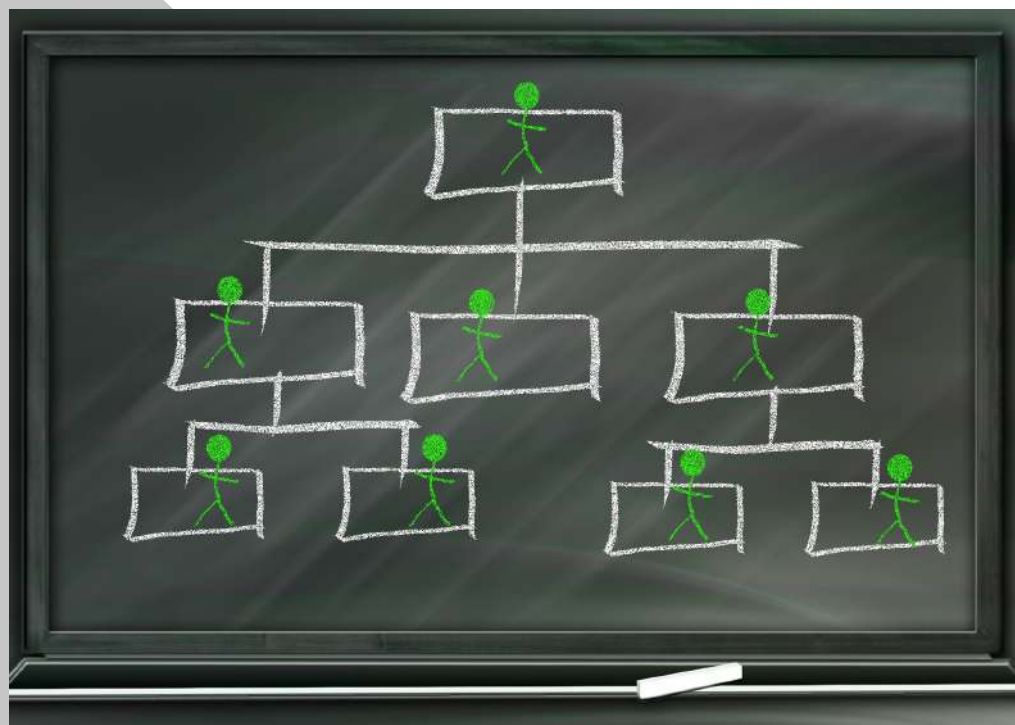


4.1. Acerca de los grupos empresariales.

La noción de grupo empresarial ha de ser precisada de cara a entender adecuadamente qué supone para las organizaciones involucradas en torno a ello. Podemos definir que un grupo empresarial es una estructura jerárquica de propiedad en la que sus integrantes son empresas (Holmes, 2018; Carney et al., 2018).

Para que se dé tal relación jerárquica, consideramos que existe un grupo empresarial cuando existen relaciones de dominio entre unas empresas y otras en las que la superior jerárquica controla de facto a la segunda, o lo que es lo mismo, dispone de una porción de su capital social suficiente para garantizar que las actuaciones a seguir sean las que ella estime.

En este sentido, cada vez que el control de varias compañías depende de un superior jerárquico al que llamaremos matriz, ya sea una empresa o una persona física con capacidad de obrar suficiente en el ámbito de actividad profesional, consideramos que nos encontramos ante un grupo empresarial.





Ahora bien, el control de las subsidiarias puede ser absoluto, si la totalidad del capital social está bajo el control de la matriz, o limitarse a una porción suficientemente grande que, sin representar la mayoría en sentido estricto sí permita imponer su voluntad. Para identificar el nivel de independencia hemos empleado un indicador que las bases de datos de Bureau van Dijk ofrecen. La TABLA 8 contiene las definiciones asociadas a cada valor de la escala, mientras que la TABLA 9 incluye el número de empresas por año según su nivel de independencia. Se aprecia que, para el caso andaluz, priman las compañías con una categorización D, lo que nos da a entender que, en su mayoría, las empresas andaluzas que pertenecen a grupos no gozan de un amplio nivel de independencia y sus actuaciones son minuciosamente supervisadas y decididas por sus respectivas matrices.

Asimismo, si bien cerca de un millar de compañías analizadas en el período han tenido como matriz a un empresario individual, la figura paradigmática de grupo empresarial en nuestra muestra es aquel que constituye una empresa multinacional en la que la matriz es una compañía extranjera de gran tamaño. La TABLA 10 representa la evolución del número de empresas que pertenecen a una matriz nacional o extranjera. Con una representación de hasta 12 países origen de la matriz diferentes, se aprecia que los grupos empresariales nacionales son mayoría en el sector.





Tabla 8. Definiciones del nivel de independencia de la empresa

NIVEL DE INDEPENDENCIA	DEFINICIÓN
A	Ningún accionista controla más del 25% de la sociedad.
B	Un accionista controla entre el 25% y el 50% de la sociedad. Ningún accionista controla más del 25% restante de la sociedad.
C	Un accionista controla entre el 25% y el 50% de la sociedad. Otro accionista controla más del 25% restante de la sociedad.
D	Un accionista controla más del 50% de forma directa.
D	Nivel de independencia desconocido.

Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

Tabla 9. Número de empresas según su nivel de independencia

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
A	166	167	169	169	170	169	168	165	165	164	162
B	355	359	364	371	371	376	377	380	374	373	372
C	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
D	720	733	759	780	810	835	874	898	916	919	916
U	1372	1412	1460	1491	1546	1606	1686	1737	1775	1783	1780
TOTAL	2622	2680	2761	2820	2906	2995	3114	3189	3239	3248	3239

Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

Tabla 10 - Número de empresas por país de la matriz



FORMA JURÍDICA	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ESPAÑA	1170	1180	1192	1172	1186	1171	1170	1149	1119	1082	1049
Bélgica	0	0	0	0	0	0	1	2	2	2	2
EEUU	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5
Francia	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5
Irlanda	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Italia	6	6	6	7	6	6	6	6	6	6	6
Luxemburgo	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6
Panamá	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Países Bajos	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Portugal	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5
Reino Unido	6	6	6	6	6	6	6	5	5	7	7
Suiza	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
EXTRANJERAS	43	43	43	45	45	45	46	46	46	47	47
TOTAL	1213	1223	1235	1217	1231	1216	1216	1195	1165	1129	1096

Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)



En cualquier caso, los grupos de empresas extranjeros que cuentan con subsidiarias en Andalucía también revisten interés. Algunas de las compañías más grandes del mundo, como el Grupo Lactalis, la cervecera Heineken o el grupo Coca-Cola, están presentes en la región a través de empresas de su grupo empresarial. En términos de Inversión Extranjera Directa (IED) este hecho supone que existe interés por parte de grandes compañías extranjeras en invertir en la región y contribuir a su crecimiento económico, ya que no se han limitado a comerciar con empresas de la zona

Resulta interesante, asimismo, señalar la importancia que tienen las empresas andaluzas analizadas con respecto al grupo empresarial internacional en el que se inscriben. Así, es posible referenciar algunos ejemplos concretos que denoten el impacto sobre los resultados globales del grupo.

Corresponde hablar, por tanto, de los grupos empresariales Heineken y Coca-Cola, dos compañías líderes en la industria de bebidas mundial. Las subsidiarias que ambos grupos han ubicado en Andalucía han contribuido notablemente al desarrollo económico de sus negocios: entre 2015 y 2019 han contribuido a generar en torno al 5% de los ingresos totales del grupo, de conformidad con los datos presentados en la TABLA 11. Pese a tratarse de subsidiarias regionales que representan entre el 1% y el 2% del activo total del grupo, su aportación al grupo empresarial no puede pasarse por alto, evidenciando la importancia de la región en negocios con origen internacional.

FIGURA 23. Grupos empresariales internacionales con presencia en Andalucía.



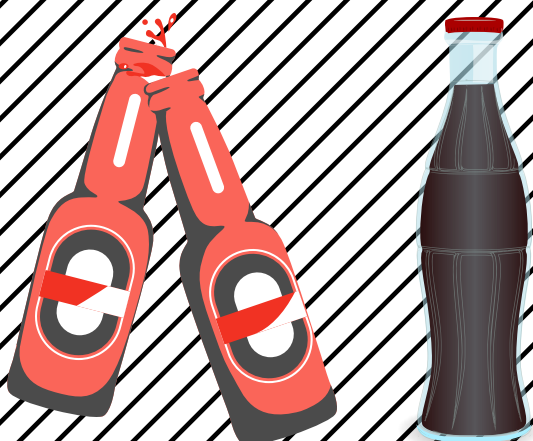
Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

Tabla 11 - Contribución de las subsidiarias andaluzas a los grupos empresariales

	Activo 2015	Ingresos 2015	Activo 2016	Ingresos 2016	Activo 2017	Ingresos 2017	Activo 2018	Ingresos 2018	Activo 2019	Ingresos 2019
Grupo Heineken	2,38%	4,66%	2,25%	4,75%	2,31%	4,69%	2,22%	4,29%	2,10%	4,07%
Grupo Coca-Cola	1,16%	5,09%	1,52%	6,30%	1,67%	5,14%	1,74%	5,04%	1,72%	5,16%

Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

DURANTE LOS ÚLTIMOS
5 EJERCICIOS ECONÓMICOS,
LA CONTRIBUCIÓN DE LAS SUBSIDIARIAS
ANDALUZAS HA SUPUESTO EN TORNO
AL 5% DE LOS INGRESOS DEL TOTAL
DE LA MATRIZ GLOBAL



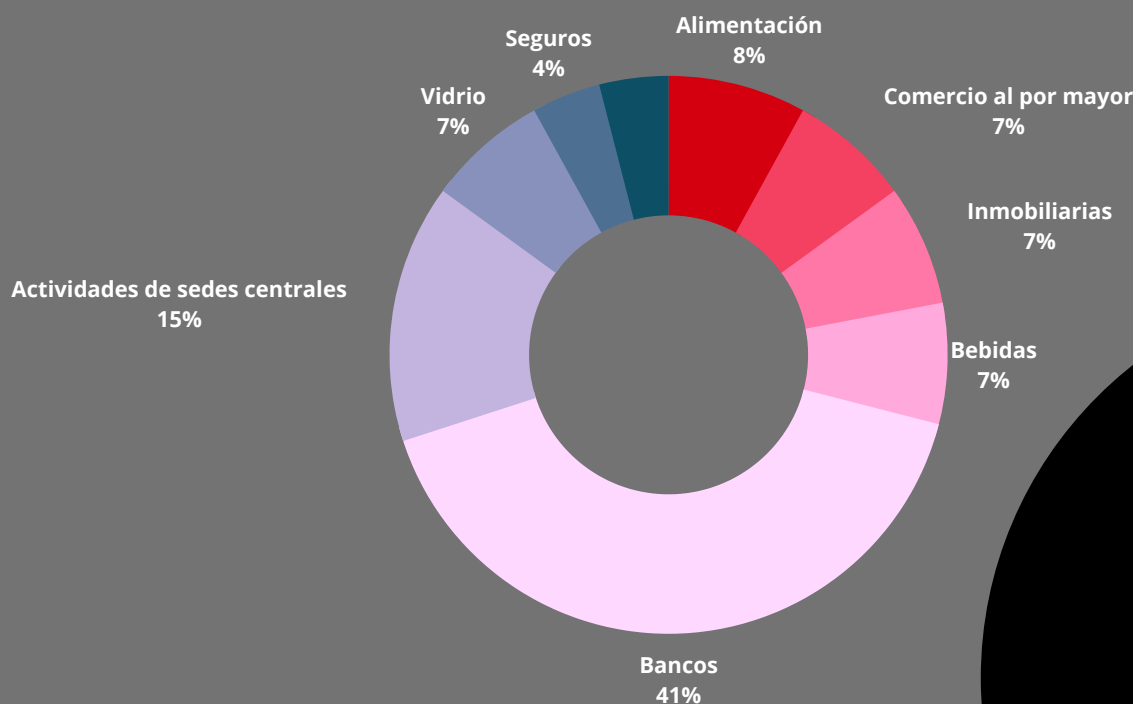


En cualquier caso, la pertenencia a un grupo empresarial internacional y sus efectos no solo ha de interpretarse desde una perspectiva estrictamente financiera, sino que otros aspectos resultan relevantes para matizar sus implicaciones. Así, la FIGURA 24 muestra la distribución porcentual de actividades por parte de las matrices extranjeras en el año 2020, permitiendo mencionar algunos indicadores significativos para entender mejor el trasfondo de la pertenencia a este tipo de grupos.

En primer lugar, se aprecia que la actividad primordial de las matrices extranjeras ha sido la de intermediación financiera. Al mencionar la fortaleza financiera que aporta a las subsidiarias su pertenencia a un grupo empresarial, resulta inevitable considerar que, cuando la matriz pertenece al sector de la banca, comercial o de inversión, la disponibilidad de recursos financieros suficientes estará garantizada en un contexto en el que habitualmente no resulta tan sencillo. Así, hacer frente a niveles de producción óptimos o incurrir en gastos de I+D+i, entendidos como inversiones, se plantea más sencillo, redundando en la obtención de mejores rendimientos en el medio y largo plazo en comparación con otras compañías con menor acceso a dichos recursos o que deben endeudarse para equiparar sus oportunidades.

Asimismo, queda patente que las matrices extranjeras no tienen en su mayoría la industria de alimentación y bebidas como actividad principal. Solo un 15% de las matrices orientan su actividad principal en esa dirección. Ahora bien, cabe señalar un aspecto habitual a la hora de secuenciar la actividad de la matriz: A menudo se emplea una sociedad instrumental cuyo único fin es el de organización, centrándose en la homogeneización de las cuentas anuales y otros aspectos equivalente, sin que tengan una relación directa con la actividad esencial del grupo empresarial. Es por ello por lo que las actividades relacionadas con servicios de sede central o de asociación suponen un 19% del total de las matrices.

FIGURA 24. Distribución de actividades principales de las matrices extranjeras en 2020.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

4.2. Supervivencia en el seno del grupo empresarial.

De conformidad con los datos ya presentados, se han podido resaltar algunos beneficios derivados de la pertenencia a un grupo empresarial. El mayor acceso a recursos de todo tipo, así como la protección adicional que aporta en lo que respecta a la viabilidad financiera de la empresa, deben generar el clima necesario para promover la supervivencia de la empresa, por lo que resulta atractivo analizar los datos disponibles para la industria alimentaria andaluza.



4.2.1. Diferencias en el número total de empresas activas.

En este sentido, las FIGURAS 25 y 26 comparan de forma porcentual la evolución del número de empresas activas y extinguidas acumuladas año tras año según su pertenencia o no a un grupo empresarial, evidenciándose la diferencia entre ambos grupos de control.

Por un lado, el porcentaje de empresas en activo que pertenecen a un grupo empresarial ha aumentado cerca de 20 puntos porcentuales a lo largo de la pasada década. Por otro, el número de empresas extinguidas que pertenecen a un grupo empresarial se ha reducido aproximadamente en 10 puntos porcentuales. Estos dos hechos unidos evidencian que se ha producido una reestructuración en la industria de alimentación y bebidas y que, en la actualidad, la pertenencia a grupos de empresas está relacionada con la supervivencia.

Esta presentación gráfica confirma la idea previamente señalada sobre la incidencia de la pertenencia a un grupo empresarial en la supervivencia organizativa. Estos datos suponen reconocer que los recursos y capacidades necesarios para el éxito de la empresa pueden radicar en estructuras más competentes, tanto a nivel financiero como procedimental, lo que supone reconocer las virtudes de la pertenencia a un grupo empresarial en cuanto a las expectativas de supervivencia y prosperidad.

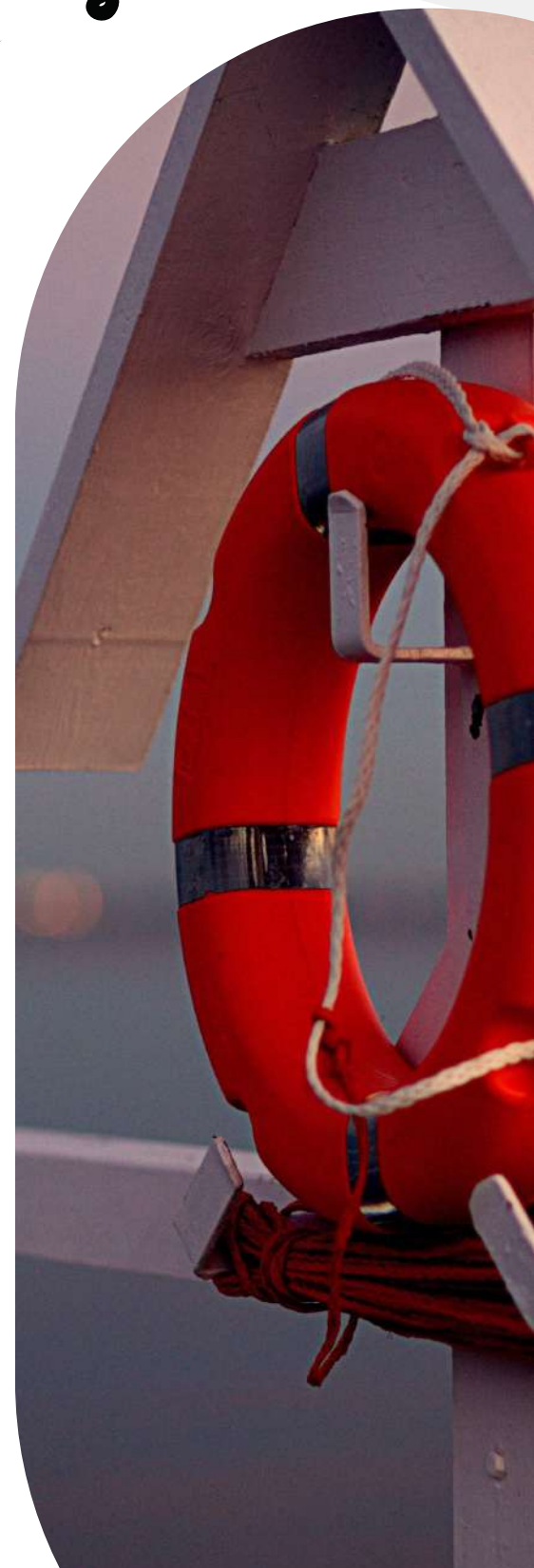
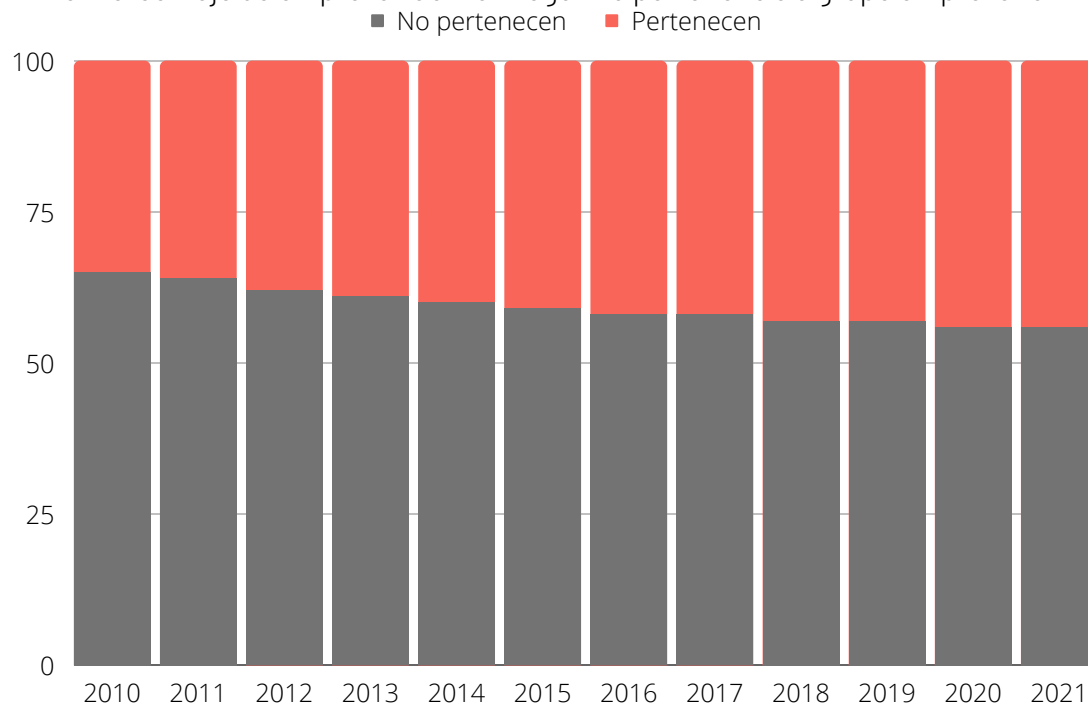


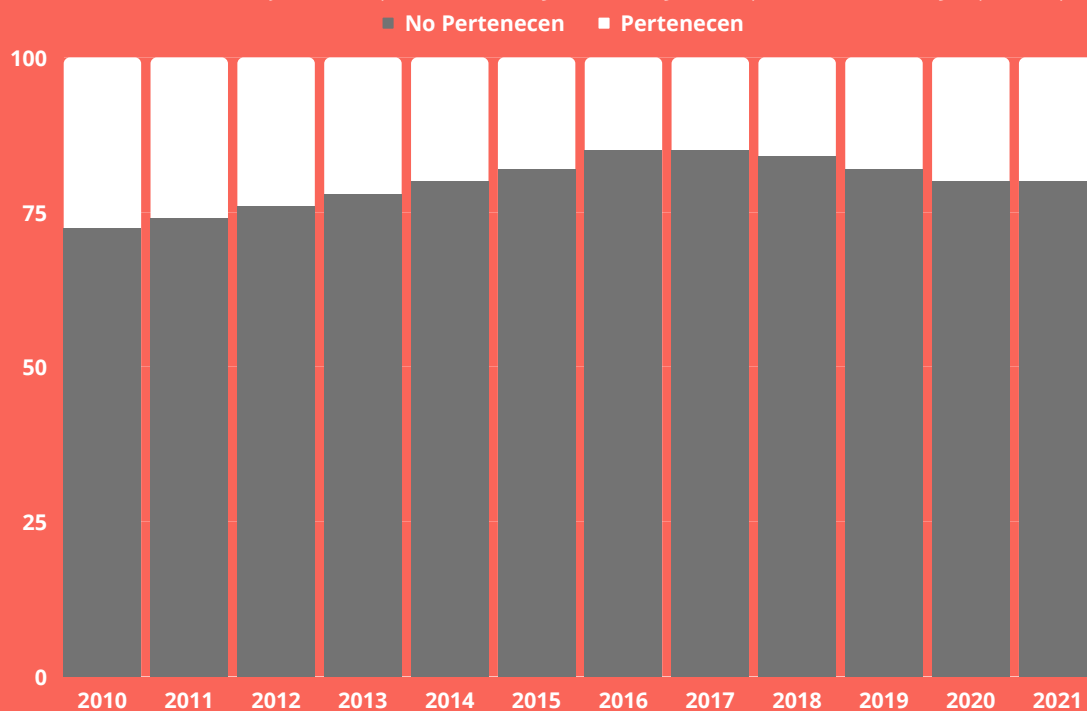


FIGURA 25. Porcentaje de empresas activas según su pertenencia a grupo empresarial



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

FIGURA 26. Porcentaje de empresas extinguidas según su pertenencia a grupo empresarial



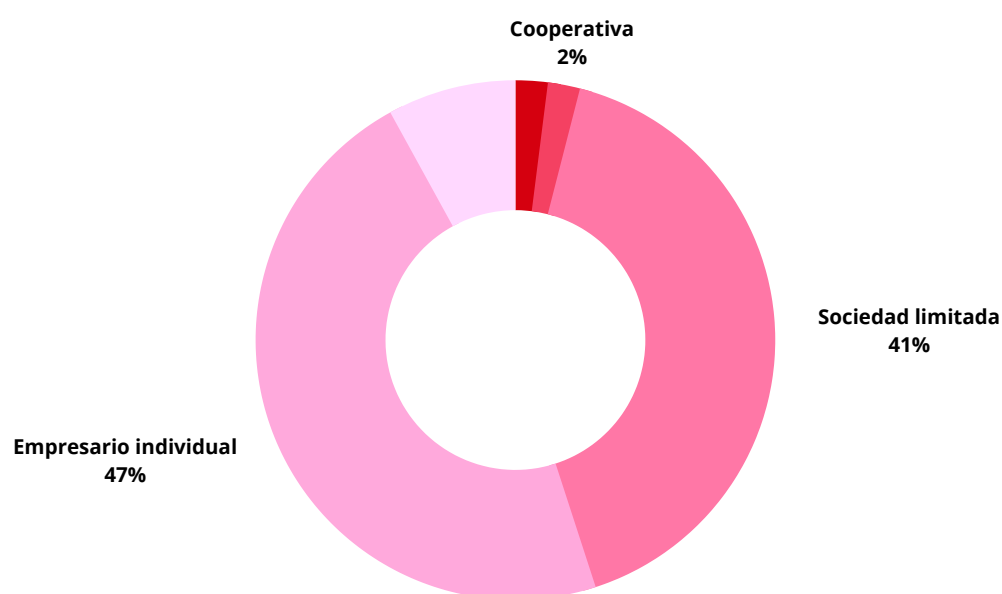
Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)



En ese sentido, se considera necesario mencionar otro tipo de recursos que van más allá de lo meramente económico. Apreciando los datos presentados en la FIGURA 27 se vislumbra que la forma jurídica más habitual en 2020 para las matrices de estos grupos es la de empresario individual, que representa un 47%, seguido de cerca por la forma jurídica de la sociedad limitada, con un 41%. El papel del empresario, integrando múltiples empresas bajo su control directo, resulta de suma importancia, puesto que las posibles sinergias entre las actividades que controla dependen directamente de sus capacidades de gestión. A la luz de la tendencia en la industria, los empresarios andaluces están contribuyendo adecuadamente en la mejor dirección para garantizar la supervivencia de sus empresas.

Si bien es habitual pensar en el grupo empresarial como una entente con jerarquía interna de gran tamaño, el empleo de una sociedad anónima como matriz es únicamente la tercera opción más frecuente en cuanto a número de empresas del sector, representando únicamente el 8% del total en 2020. Mención especial para las figuras de la cooperativa y de la familia, como matrices del grupo empresarial, que suponen el 2% cada una del total en 2020. Si bien su presencia en el sector de actividad analizado es menor en comparación a otros como el agrario, especialmente para las del primer tipo, aparecen representadas como un tipo de coordinación presente en la industria, contando con datos de supervivencia objetivamente deseables.

FIGURA 27. Distribución porcentual de los grupos empresariales en 2020 según el tipo de matriz.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

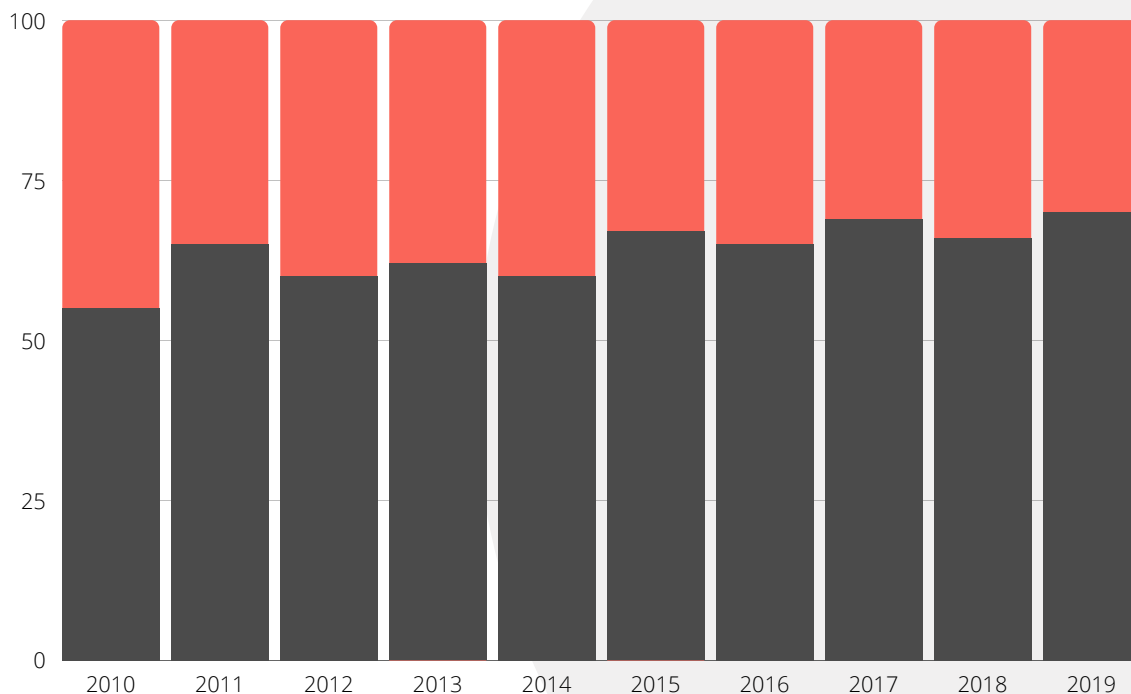


4.2.2. Diferencias en las tasas de creación y extinción de empresas.

Además del número total de empresas activas otro elemento de relevancia para el análisis es el de la creación y extinción de empresas en la industria de alimentación y bebidas. Con anterioridad se señalaron las conclusiones más importantes de este análisis para el grueso de la industria, por lo que resulta relevante ahora analizar si existen diferencias en la tendencia según se trate de empresas que pertenecen a grupos corporativos o no.

Así, en primer lugar, la FIGURA 28 presenta los datos de empresas creadas durante la pasada década atendiendo a dicha diferenciación. El porcentaje de empresas creadas que pertenecen a un grupo empresarial ha ido decreciendo con el paso de los años hasta quedar por debajo del 30% en el último año en el que hubo nuevas incorporaciones al sector, 2019. Anteriormente se hizo hincapié en que el número de nuevas empresas en la industria andaluza ha decrecido sustancialmente desde el año 2016. Los datos aquí presentados introducen la idea de que los grupos de empresas han optado por crear menos empresas con el paso del tiempo.

FIGURA 28. Porcentaje de empresas creadas según su pertenencia a grupo.



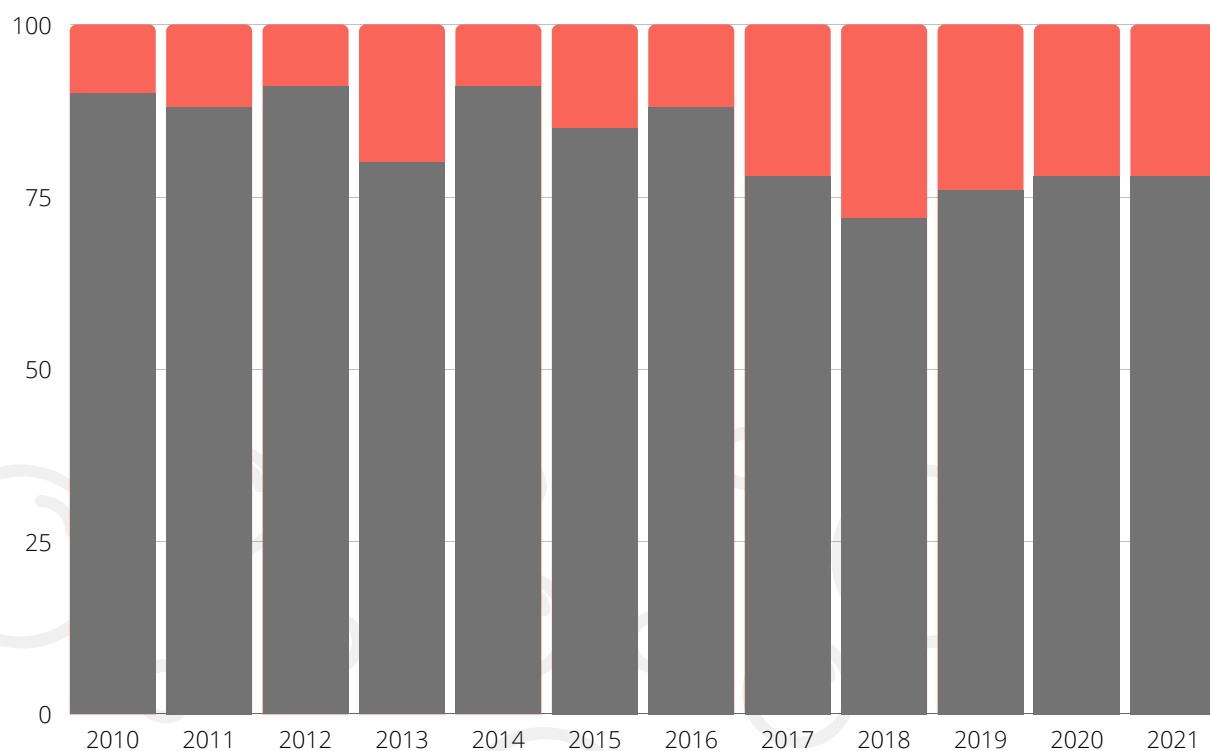
Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)



En cualquier caso, la evidencia más significativa se encuentra en torno a la extinción de empresas, hecho relacionado con la supervivencia ya mencionada en el apartado inmediatamente anterior. De conformidad con los datos presentados en la FIGURA 29 existen diferencias especialmente notables en torno a la extinción de empresas y su pertenencia o no a un grupo empresarial.

El porcentaje de empresas extinguidas que pertenecen a grupos empresariales ha crecido levemente a lo largo del período: Si representaba en torno a un 10% en 2010, en 2020 supone algo más de un 20%. Sin embargo, este hecho debe interpretarse como un indicador positivo de la pertenencia a un grupo empresarial: en el año 2020, en el que la extinción de empresas alcanzó una nueva marca en la industria de alimentación y bebidas andaluza, solo 2 de cada 10 empresas que dejan de estar en activo pertenecen a un grupo empresarial. La tasa de supervivencia es mayor entre las empresas que pertenecen a grupos empresariales, se pierde menos tejido productivo entre ellas. En un sector que se enfrenta a múltiples desafíos, aquellas empresas que dispongan de mejores recursos podrán soportar mejor el paso del tiempo.

FIGURA 29. Porcentaje de empresas extinguidas según su pertenencia a grupo.



Fuente: Elaboración propia. Información de la base de datos SABI (Bureau van Dijk)

5. Conclusiones

En este último apartado del informe se ofrece una recopilación de los principales hallazgos del estudio y se mencionan algunos de los retos y oportunidades más relevantes para el sector agroalimentario andaluz a modo de conclusión.

5.1. Principales hallazgos del estudio.

El presente estudio ha contribuido a ofrecer una imagen de la situación actual de la industria de alimentación y bebidas en Andalucía, permitiendo señalar evidencias de las principales causas de la situación actual. En este sentido, se han ofrecido diferentes líneas de análisis de sumo interés, las cuales se ofrecen de forma concentrada en este apartado.

➤ Menor número de empresas en activo.

Pese a su importancia en la economía de la región, la tendencia mostrada por la industria de alimentación y bebidas andaluza en el número de empresas en activo es de tipo descendente: en 2020 hay menor número de empresas en activo que se dediquen a este tipo de industria y su aportación al PIB de la región se ha visto comprometida, trazando un descenso desde los valores máximos logrados en 2017. Adicionalmente, el contexto económico general al que se enfrentan las empresas del sector no resulta especialmente atractivo debido a las consecuencias ya padecidas, y las que se prevén, derivadas de la pandemia de COVID-19.

Es por ello por lo que resulta imperativo prestar atención a los siguientes pasos a tomar de cara a garantizar el correcto desenvolvimiento del sector en el futuro para garantizar que siga resultando un aporte estratégico para la región, como ha sido hasta ahora.

La industria de alimentación y bebidas de Andalucía se enfrenta a las consecuencias económicas derivadas de la pandemia de COVID-19 sin haber solventado las de la crisis previa.



➤ La empresa alimentaria andaluza tipo: de pequeño tamaño.

El tipo de empresa más habitual en la industria de alimentación y bebidas de Andalucía es aquella de pequeño tamaño, formada sobre una sociedad limitada y con un limitado acceso a recursos para crecer o soportar las dificultades económicas que puedan aparecer. Es por ello por lo que los planteamientos de supervivencia en el sector resultan tan relevantes: conocer las mejores pautas para confrontar la inestabilidad económica permiten a la industria avanzar en la dirección correcta para mitigar el efecto de las perturbaciones que la asolan.

En este sentido, pese a que existe tejido empresarial en el sector formado por mediana y gran empresa, el foco de atención de cara a garantizar la supervivencia en general de este ha de realizarse sobre las organizaciones de menor tamaño, las cuales a menudo se enfrentan a mayores dificultades por no carecer de los recursos necesarios, siendo las que desaparecen con mayor facilidad cuando el entorno es convulso o presenta gran incertidumbre, como ocurre hoy día.

➤ Subsectores de actividad: aceites y cerveza los más relevantes.

Si bien los subsectores de actividad con mayor presencia en cuanto a número de empresas son los de fabricación de productos de panadería y la fabricación de vinos, su importancia sobre el sector queda parcialmente diluida en favor de los subsectores de la fabricación de aceite y de cerveza, con un gran impacto sobre el activo total de la industria de alimentación y bebidas, respectivamente, y la facturación que aportan al total de esta.

En cualquier caso, los datos presentados son congruentes con la tradición industrial de la región y evidencian que las industrias más intensivas en capital requieren de una mayor puesta en escena, tienden por ello a materializarse en organizaciones de mayor tamaño e ineludiblemente conllevan una mayor relevancia con respecto al sector al completo.

La pequeña y mediana empresa sostienen a la industria de alimentación y bebida andaluza. El aceite y la cerveza suponen los subsectores de referencia en cuanto a impacto económico.





➤ Extinción de empresas.

Los datos sobre el cese de empresas de las empresas del sector denotan que durante el período de estudio, la pasada década, se extinguieron más empresas en el sector de las que se crearon, lo que conlleva una contracción de este. Para al menos 3 años del período, el activo neto -Activo creado menos activo de las extinguidas- ha resultado negativo, por lo que no solo se han extinguido más empresas en número, sino que además ha desaparecido tejido industrial relevante.

A la espera de disponer de los efectos completos del año 2020, anticipado como especialmente negativo por las consecuencias derivadas de la pandemia de COVID-19, se hace evidente que el sector atraviesa graves dificultades y que un catalizador como el mencionado puede agravar ampliamente a un sector que ya se encontraba en tendencia negativa tiempo atrás.

➤ Resiliencia y grupos corporativos.

La relación entre los ceses de actividad y pertenencia a grupos corporativos por parte de las empresas del sector se presenta como lógica, pero los datos no hacen sino reforzar lo supuesto y apuntar en la dirección de lo ocurrido: Durante el período 2010 - 2020 se han creado más empresas y se han extinguido menos en el seno de grupos empresariales que fuera de ellos, por lo que el impacto sobre la supervivencia organizativa en general ha quedado evidenciado.

La resiliencia de las organizaciones, característica de completa actualidad y amplio deseo por los gestores de estas, requiere de la disponibilidad de ciertos recursos y capacidades que parecen residir en torno a dichas estructuras grupales. Si bien la relación nos da a entender que la importancia reside en los recursos financieros, nuestros datos descriptivos sugieren que hay relevancia en los que son de otro tipo, ya que el tipo de grupo empresarial más frecuente para el sector en Andalucía tiene como matriz a un empresario individual, quedando la figura de las grandes corporaciones, generalmente asociadas al tipo jurídico de la sociedad anónima, como el tercer tipo más frecuente.



Si bien el sector atraviesa graves dificultades, existen fortalezas en aquellas empresas que resisten a su entorno. La resiliencia organizativa de estas les permite sobrevivir y prosperar.



5.2. Retos y oportunidades del sector.

Pese a las reiteradas menciones realizadas a lo largo del presente estudio sobre los aspectos que requieren especial atención para garantizar un futuro de éxito en la industria de alimentación y bebidas en Andalucía, existen múltiples motivos para mantener un enfoque optimista, así como propuestas para intentar garantizar que esta industria no solo logre sobrevivir, sino que pueda dar un paso más allá y consiga vencer la tendencia actual para mantener su condición de sector estratégico en la economía de la región.

Algunas de las propuestas recogidas en este apartado siguen esa línea y mencionan actuaciones que tienen recorrido por parte de las empresas involucradas y que requieren ya en el momento actual de la atención necesaria para lograr que el éxito se materialice en el medio plazo.

➤ Sostenibilidad.

A día de hoy, un enfoque sostenible no es una capacidad distintiva para una organización, sino que ha de ser la norma. La industria de alimentación y bebidas debe mantener un enfoque especialmente orientado en esta dirección ya que su contribución al cuidado del medioambiente es especialmente intensa, al tratarse de un sector en el que, por ejemplo, el empleo de plásticos y materiales de difícil reciclado, y que por tanto tienen un gran impacto en la naturaleza, están a la orden del día.

Aquellas empresas que opten por el empleo de materiales biodegradables alejados del plástico y otros contaminantes desde el momento actual estarán dando los pasos correctos para su supervivencia en el futuro, cuando esos materiales problemáticos ya no estén permitidos. El cambio organizacional requiere secuencialidad y práctica, invertir ahora en esta dirección es mejorar la supervivencia de la compañía.

A circular graphic of a globe showing the Earth's continents and oceans.

EL ENFOQUE DE PRODUCCIÓN
SOSTENIBLE SUPONE UNA APUESTA
DE FUTURO QUE NO SOLO PROTEGE
EL MEDIOAMBIENTE, SINO TAMBIÉN
EL DEVENIR DE SU PROPIA ACTIVIDAD
ECONÓMICA

➤ Relación con los productores y distribuidores y grandes clientes.

Anteriormente en este informe se mencionó la especial relación que mantiene la industria de alimentación y bebidas con otros sectores productivos, en concreto el sector agrario, como proveedores de materias primas, y la hostelería, como importante cliente final de multitud de los productos del sector. Invertir tiempo y recursos en la adopción de buenas relaciones con ambos se convierte en un aspecto esencial para maximizar las posibilidades de supervivencia en este entorno, ya que ambos constituyen relaciones que, de ser duraderas y basarse en el cuidado mutuo, podrán repercutir positivamente en el seno de la empresa.

En lo que respecta a los productores, la adopción de posibles alianzas para garantizar precios adecuados que permitan a estos continuar con su actividad minimizan dificultades en la cadena de suministro a futuro. Por lo que respecta a distribuidores y grandes clientes, los acuerdos estratégicos permiten no quedarse atrás, invertir en la adopción de innovaciones y enfoques sostenibles como los señalados en el apartado anterior. La búsqueda de socios de calidad y a largo plazo puede marcar la diferencia.

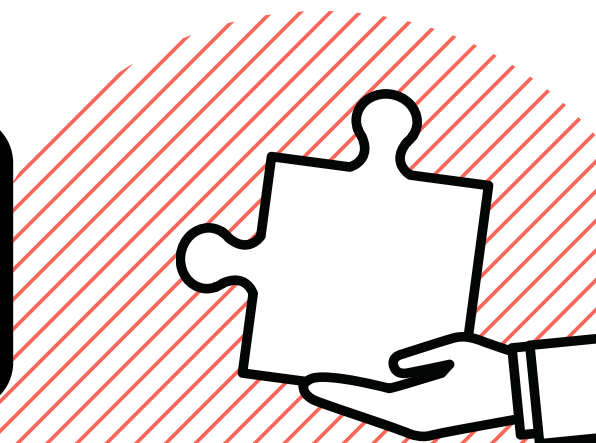
➤ Relación con el consumidor final.

Adoptar la producción a las necesidades y preferencias de los consumidores es un gran reto para el sector, el cual requiere la solvencia financiera necesaria para adaptarse rápidamente a las demandas de estos y el deseo de adaptarse de forma continua. Los planteamientos sostenibles ya mencionados no son solo una necesidad por motivos medioambientales, sino que a día de hoy las preferencias de los consumidores giran en torno a este tipo de actuaciones. Así, aquellas compañías capaces de ofrecer sus productos en formatos atractivos de esta forma -Productos biológicos, de kilómetro cero o empleando envases biodegradables, por ejemplo- estarán contribuyendo al correcto desenvolvimiento de la industria hacia cotas sostenibles al mismo tiempo que logran una adaptación suficiente a las corrientes del sector, maximizando sus posibilidades de supervivencia y éxito.

Disponer de canales de comunicación suficientes y efectivos para comprender las necesidades y deseos del consumidor es, por tanto, esencial. Las empresas, independientemente de su tamaño o enfoque, han de prestar atención a lo que los consumidores de sus productos tienen que decirles y avanzar para satisfacerlo adecuadamente si desean tener éxito.



Las relaciones con productores, intermediarios y clientes finales condicionan por completo el futuro de estas empresas, puesto que adaptarán mejor sus productos y necesidades en tiempo real.





➤ Alternativas para competir con los grupos corporativos.

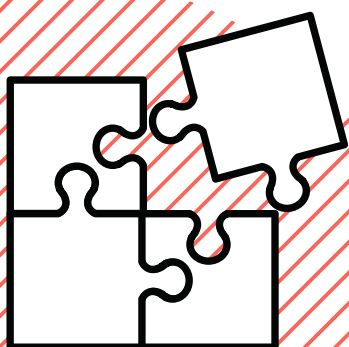
Si bien este estudio ha resaltado las ventajas en cuanto a aspectos de supervivencia de aquellas compañías que pertenecen a grupos empresariales, tal y como ha quedado patente tras analizar los datos del período 2010 - 2020, existen alternativas que pueden ser explotadas por el resto de las empresas para tratar de competir en mejores condiciones, requiriendo el deseo de colaboración y coordinación, pero sin imponer la fusión de compañías.

Un entorno que demanda ampliamente innovaciones que se adapten a los gustos y preferencias del consumidor requiere que las empresas que lo forman inviertan adecuadamente en I+D+i, algo que exige la disponibilidad de grandes cantidades de recursos, algo escaso para la habitual pequeña empresa que participar en el sector. Sin embargo, se puede incentivar la creación de centros conjuntos de innovación en la región de Andalucía, los cuales permitan a las empresas con menores posibilidades optar a la participación y posterior aplicación de nuevos procesos, empleo de materiales y similar, acercando el progreso a aquellas compañías con menores oportunidades.

➤ Capital humano.

En la línea de lo expuesto en el punto anterior, se hace preciso que el capital humano de Andalucía comience a marcar la diferencia en el sector. La empresa tipo andaluza en el sector se caracteriza por tener un enfoque familiar, en el que a menudo los límites se trazan en torno a las decisiones tomadas en el seno interno de la misma y sin que se promueva el aprendizaje organizacional, al quedar retenido en una misma visión del negocio, imposibilitando el progreso.

Poner a disposición de todo el sector los conocimientos de multitud de profesionales formados en infinidad de áreas del conocimiento en las Universidades de la región permite alcanzar un doble objetivo: por un lado, se renueva el conocimiento dentro de las organizaciones y se aportan soluciones innovadoras, al mismo tiempo que se aprovecha el potencial generado en la región a través de jóvenes profesionales que desean disfrutar de sus primeras oportunidades en el ámbito profesional.




La competencia en tamaño con grandes grupos corporativos no es una opción, pero existen alternativas de cooperación y coalición para las pequeñas y medianas empresas que conforman la industria de alimentación y bebidas de Andalucía.


➤ Internacionalización.

Las empresas de la industria de alimentación y bebidas andalza deben aprovechar el potencial que los productos de la región tienen sobre mercados extranjeros: Por su calidad y sus características son valorados ampliamente fuera de nuestro país, algo que supone una posibilidad de crecimiento para todas ellas.

Si bien los canales de distribución no quedan fácilmente a disposición de las empresas de menor tamaño, el apoyo de las instituciones o la colaboración directa entre ellas -a través de cooperativas de exportación, por ejemplo- puede abrir vías de negocio no consideradas y que permiten crecer fuera de un entorno que está en retroceso.



"LA CALIDAD Y LAS
CARACTERÍSTICAS DE LOS
PRODUCTOS ALIMENTICIOS
DE ANDALUCÍA PERMITEN
QUE SUS EMPRESAS
DISPONGAN DE UNA GRAN
OPORTUNIDAD PARA
EXPANDIR SUS
HORIZONTES"



Referencias

- Analistas Económicos de Andalucía (2013). Informe anual del sector agrario en Andalucía 2012. Málaga: Fundación Unicaja.
- Bureau van Dijk, ORBIS Información Empresarial Mundial (Datos actualizados a día 18 de mayo de 2021). <https://orbis.bvdinfo.com/>
- Bureau van Dijk, SABI Información Empresarial de España y Portugal (Datos actualizados a día 18 de mayo de 2021). <https://sabi.bvdinfo.com/>
- Cameron, K., & Dutton, J. (Eds.). (2003). Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline. Berrett-Koehler Publishers.
- Carney, M., Van Essen, M., Estrin, S., & Shapiro, D. (2018). Business groups reconsidered: beyond paragons and parasites. *Academy of Management Perspectives*, 32(4), 493-516.
- Comisión Europea (2014), Anexo I del Reglamento (UE) nº 651/2014 de la Comisión, de 17 de junio de 2014, por el que se declaran determinadas categorías de ayudas compatibles con el mercado interior en aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado
- Deloitte (2010), El consumidor en 2020.
- Deloitte (2012), Consolidación en tiempos de cambio. Un sólido camino hacia el crecimiento.
- Deloitte (2013), Era digital, nuevo consumidor y sostenibilidad. Historias de éxito y de transformación en España.
- Deloitte (2016), Tendencias del Consumo Alimentario y Estrategias de la Gran Distribución.
- Deloitte (2019), Estudio de Tendencias de Sostenibilidad 2019.
- Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (2021), Informe Económico 2020.
- Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (2021), Informe de Empleo 2020.
- IESE Business School (2019), Vademecum on Food and Beverage Markets.
- Instituto Nacional de Estadística (2013), Encuesta Anual de Servicios según CNAE 2009, consultado por última vez el 7 de junio de 2021 en <https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?type=pcaxis&file=pcaxis&path=/t37/e01/cnae09/a2012>
- Holmes Jr, R. M., Hoskisson, R. E., Kim, H., Wan, W. P., & Holcomb, T. R. (2018). International strategy and business groups: A review and future research agenda. *Journal of World Business*, 53(2), 134-150.
- Linnenluecke, M. K. (2017). Resilience in business and management research: A review of influential publications and a research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 19(1), 4-30.
- PricewaterhouseCooper (2017), Claves para la transformación del sector agroalimentario andaluz.
- PricewaterhouseCooper (2019), El futuro del sector agrícola español.
- Williams, T. A., Gruber, D. A., Sutcliffe, K. M., Shepherd, D. A., & Zhao, E. Y. (2017). Organizational response to adversity: Fusing crisis management and resilience research streams. *Academy of Management Annals*, 11(2), 733-769.

Portada: Photo by Edgar Castrejon on Unsplash

Glosario

TÉRMINO	DEFINICIÓN
Cifra de negocios	Cantidad de dinero ingresada por la empresa en el período de referencia como consecuencia de su actividad principal.
Activo	Total de bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa resultantes de sucesos pasados de los que se espera obtener beneficios o rendimientos económicos en el futuro y que son susceptibles de valoración económica.
Resultados antes de impuestos	Beneficios o pérdidas experimentadas por la empresa tras integrar los saldos del resultado de explotación, dependiente de las actividades propias de la empresa, y del resultado financiero. Sobre este valor se determina la cuantía del impuesto de sociedades correspondiente.
Flujos de efectivo	Efectivo generado en la empresa por las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos de la misma, así como por otras actividades que no puedan ser calificadas como de inversión o financiación.
Grupo empresarial	Entramado jurídico de propiedad en el que una empresa, denominada matriz, controla, directa o indirectamente, a otras, denominadas subsidiarias. Se considera que existe tal control cuando la mayoría del capital social de las subsidiarias está en poder de la matriz.
Matriz	Empresa que ejerce como cabeza jerárquica del grupo empresarial por controlar el capital suficiente del resto de subsidiarias.
Subsidiaria	Empresa que pertenece al grupo empresarial y que está sometida jerárquicamente a la matriz del mismo.
Microempresa	Empresa con menos de 10 asalariados y una cifra de negocios anual o balance general inferior a 2 millones de euros.
Pequeña empresa	Empresa con menos de 50 asalariados y una cifra de negocios anual o balance general inferior a 10 millones de euros.
Mediana empresa	Empresa con menos de 250 asalariados y una cifra de negocios anual inferior a 50 millones de euros o un balance general inferior a 43 millones de euros.
Gran empresa	Empresa con más de 250 asalariados y una cifra de negocios anual superior a 50 millones de euros o un balance general superior a 43 millones de euros.
ROE	Siglas en inglés para "Return on Equity". En español, "Rentabilidad sobre recursos propios". Se calcula como la ratio obtenida al dividir el beneficio neto de la empresa entre la cuantía de sus fondos propios.
ROA	Siglas en inglés para "Return on Assets". En español, "Rentabilidad sobre activo". Se calcula como la ratio obtenida al dividir el beneficio neto de la empresa entre la cuantía de su activo total.
ROCE	Siglas en inglés para "Return on Capital Employed". En español, "Rentabilidad del capital invertido". Se calcula como la ratio obtenida al dividir el beneficio antes de impuestos de la empresa entre el capital empleado, el cual se corresponde con la diferencia entre los activos totales y el pasivo corriente.

TÉRMINO	DEFINICIÓN
Asociación	Persona jurídica que se constituye mediante acuerdo de tres o más personas físicas o jurídicas que se comprometen a poner en común conocimientos, medios y actividades para conseguir unas finalidades comunes y que se dotan de los estatutos que rigen su funcionamiento.
Comunidad de bienes	Estructura jurídica surgida en torno al derecho de propiedad de un bien o derecho que pertenece proindiviso a varias personas y forma parte de una actividad empresarial realizada en común.
Cooperativa	Sociedad constituida por personas que se asocian, en régimen de libre adhesión y baja voluntaria, para la realización de actividades empresariales, encaminadas a satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas y sociales, con estructura y funcionamiento democrático.
Sociedad anónima	Sociedad mercantil cuyo capital, formado con las aportaciones de los socios, está dividido en acciones, y en la que los socios no responden personalmente de las deudas sociales. Su capital mínimo es de 60.000€ y generalmente es el tipo societario de grandes empresas.
Sociedad civil	Estructura jurídica privada en la que dos o más personas se obligan a poner en común recursos con el ánimo de repartirse entre sí las posibles ganancias resultantes.
Sociedad comanditaria	Sociedad mercantil en la que coexisten socios que participan en la gestión de la sociedad y responden ilimitadamente con su patrimonio y socios que no participan en la gestión y responden limitadamente al capital aportado.
Sociedad limitada	Sociedad mercantil cuyo capital está dividido en participaciones sociales, integrado por las aportaciones de todos los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales. Su capital mínimo es de 3.000€ y es el tipo societario más común en España por la facilidad en su constitución y sus beneficios patrimoniales.
Sociedad regular colectiva	Sociedad mercantil en la que los socios responden personal, ilimitada y solidariamente de la masa social, y se comprometen a participar en la proporción establecida en el disfrute de derechos y en el cumplimiento de obligaciones.
Unión de empresas	Acuerdo jurídico entre dos o más empresas que se comprometen a realizar a cabo una actividad de forma conjunta, por un período de tiempo delimitado, sin que ninguna de ellas pierda su forma jurídica propia o surja una nueva, repartiendo las posibles ganancias siguiendo las reglas que hayan establecido previamente.
Organización sin ánimo de lucro	Entidad que persigue un fin distinto al de la obtención de beneficio por sus actividades y que disfruta de especialidades jurídicas en su trato, aunque puede llegar a obtenerlo.
Empresario individual	Tipo de matriz que ejerce el control del grupo empresarial en torno a una única persona, que dirige la actividad empresarial al completo por sí misma.
Familia	Tipo de matriz que ejerce el control del grupo empresarial en torno a un núcleo de personas que comparten parentesco y que, generalmente, son los fundadores de la actividad empresarial en cuestión.

TÉRMINO	DEFINICIÓN
Empresa activa	Empresa que ejerce una actividad económica y cumple con las obligaciones mercantiles exigibles.
Empresa extinguida	Empresa que ejerció una actividad económica en el pasado, pero que en el presente ha concluido la misma y ya no cumple con las obligaciones mercantiles exigibles.
Baja de oficio	Tipo de cese de actividad llevado a cabo por el propio Registro Mercantil cuando se dan las circunstancias previstas en la legislación aplicable.
Cierre hoja registral	Tipo de cese de actividad en el que se procede al cierre de la hoja registral de la empresa en el Registro Mercantil, acreditándose el fin de la actividad de la misma.
Concurso	Tipo de cese de actividad en el que la gestión de la compañía pasa a depender de un administrador concursal independiente y legalmente designado que tiene por finalidad proceder a la liquidación de los bienes de la sociedad para satisfacer las deudas existentes.
Disuelta	Tipo de cese de actividad que ha sido impuesto por terceros, generalmente por disposición judicial o administrativa por contravenir aspectos esenciales del ordenamiento jurídico.
Extinguida	Tipo de cese de actividad que ha sido promovido tras incurrirse en alguna de las causas de extinción legalmente previstas.
Ilocalizable	Tipo de cese de actividad en el que no se aprecian indicios de que la actividad empresarial siga llevándose a cabo, pero no existe información suficiente para conocer su estado actual.
Nivel de independencia A	Ningún accionista controla más del 25% de la sociedad.
Nivel de independencia B	Un accionista controla entre el 25% y el 50% de la sociedad. Ningún otro accionista controla más del 25% restante.
Nivel de independencia C	Un accionista controla entre el 25% y el 50% de la sociedad. Algún otro accionista controla más del 25% restante.
Nivel de independencia D	Un accionista controla más del 50% de forma directa.
Nivel de independencia U	Nivel de independencia desconocido.
Resiliencia organizacional	Capacidad de las empresas de mantener un funcionamiento confiable a pesar de la adversidad (Williams et al., 2017).

Índice de figuras y tablas

TABLA 1	Representatividad de la muestra
FIGURA 1	Activo de las empresas de Andalucía
FIGURA 2	Cifra de negocios de las empresas de Andalucía
FIGURA 3	Resultados antes de impuestos de las empresas de Andalucía
FIGURA 4	Flujos de efectivo de las empresas de Andalucía
FIGURA 5	ROE, ROCE y ROA de las empresas de Andalucía
FIGURA 6	Número de empresas por tipo en Andalucía
TABLA 2	Número de empresas activas por forma jurídica
FIGURA 7	Porcentaje de empresas por subsector
FIGURA 8	Porcentaje de empresas por subsector de alimentación en 2020
FIGURA 9	Activo total por subsectores en millones de euros
FIGURA 10	Cifra de negocios total por subsectores en millones de euros
FIGURA 11	Número de empresas de bebidas por subsector
FIGURA 12	Porcentaje de empresas por subsector de bebidas en 2020
FIGURA 13	Activo total por subsectores en millones de euros
FIGURA 14	Cifra de negocios total por subsectores en millones de euros
FIGURA 15	Número de empresas activas en Andalucía por año
FIGURA 16	Evolución % de empresas en activo en el período 2010-2020
FIGURA 17	Número de empresas activas por provincia
FIGURA 18	Activo total en millones de euros

FIGURA 19	Empresas creadas en Andalucía
TABLA 3	Número de empresas creadas por provincia
FIGURA 20	Empresas extinguidas en Andalucía
TABLA 4	Número de empresas extinguidas por provincia
TABLA 5	Número de empresas extinguidas de alimentación
TABLA 6	Número de empresas extinguidas de bebidas
TABLA 7	Causas de inactividad de las empresas de Andalucía
FIGURA 21	Empresas creadas frente a extinguidas
FIGURA 22	Diferencia entre activo de creadas y extinguidas
TABLA 8	Definiciones del nivel de independencia de las empresas
TABLA 9	Número de empresas según su nivel de independencia
TABLA 10	Número de empresas por país de la matriz
FIGURA 23	Grupos empresariales internacionales en Andalucía
TABLA 11	Contribución de las subsidiarias a los grupos empresariales
FIGURA 24	Distribución de actividades principales de las matrices extranjeras en 2020
FIGURA 25	Porcentaje de empresas activas según pertenencia a grupo
FIGURA 26	Porcentaje de empresas inactivas según pertenencia a grupo
FIGURA 27	Distribución porcentual de grupos en 2020 según su matriz
FIGURA 28	Porcentaje de empresas creadas según pertenencia a grupo
FIGURA 29	Porcentaje de empresas extinguidas según pertenencia a grupo

