

# **Diagnóstico y Análisis Estratégico del Sector Agroalimentario Español**

*Análisis de la cadena de producción y distribución del sector del arroz*

*Resumen ejecutivo*



MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN

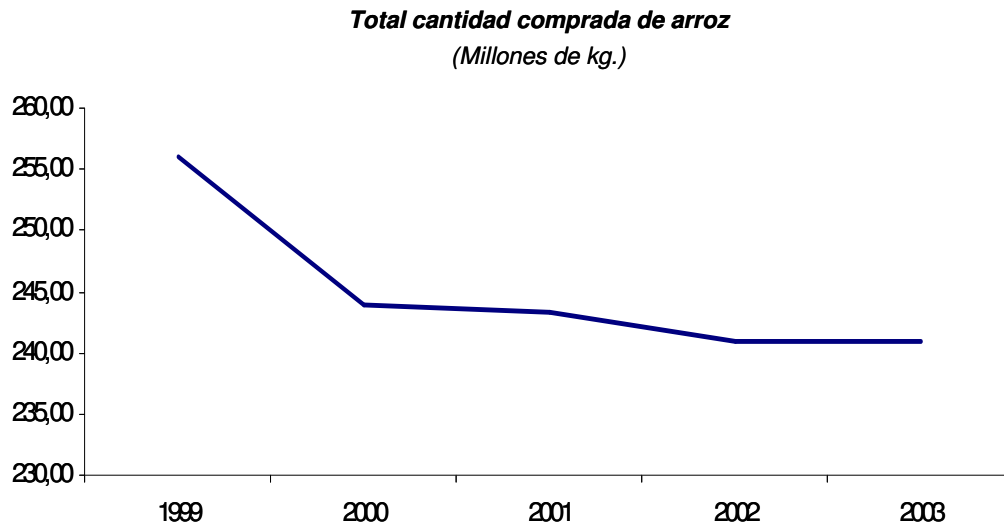
Este capítulo comprende la producción y elaboración de arroz. El trabajo incluye un análisis de la estructura industrial y empresarial de la cadena de producción.

## Contenido

Los principales rasgos del consumo de los productos finales	4
La estrategia de la distribución	4
El Comercio exterior y su influencia en la cadena de producción	5
La producción nacional y sus tendencias	6
Análisis industrial de la cadena de producción	7
Análisis de la estructura empresarial	9
Principales tendencias	10
Principales problemas	11
Recomendaciones	11

## ***Los principales rasgos del consumo de los productos finales***

- El consumo medio del arroz en España es de 6 kg por persona y año, ligeramente superior a la media europea (4,77 kg).
- El consumo ha caído ligeramente desde el año 2000, situándose en 240 millones de kilogramos en 2003.
- El 80% del arroz se consume en los hogares y el 20% en los canales HORECA
- En España la variedad más consumida es la japónica, de grano redondo, aunque está creciendo la demanda de índico. En la UE el consumo es casi exclusivamente de índica.
- Está subiendo el consumo de los arroces especiales (vaporizado, integral, arroz salvaje) y de los platos preparados.



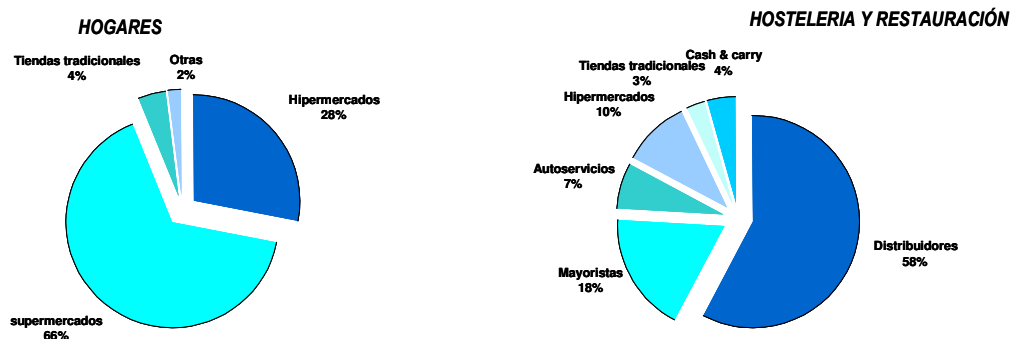
Fuente: La alimentación en España. MAPA.

## ***La estrategia de la distribución***

- Con respecto a la compra de los hogares.
  - La gran distribución alcanza el 93,06% de cuota de mercado.
  - La tienda tradicional, con un 4%, ha perdido cuatro puntos de cuota de mercado desde 1997.
  - La marca de la distribución supera el 44%.

- Con respecto a los canales HORECA.
- Los distribuidores especializados, con un 58%, son los líderes, seguidos por los mayoristas, con un 18%.
- El peso de la gran distribución en estos canales alcanza el 21%.

**Distribución de arroz por formas de comercialización  
2003 (% del valor de venta)**



Fuente: La Alimentación en España. MAPA

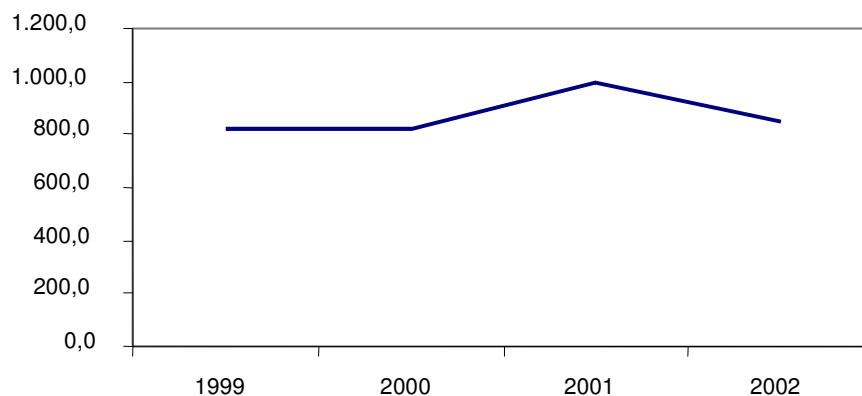
## ***El Comercio exterior y su influencia en la cadena de producción***

- El arroz es el alimento básico de una parte muy importante de la humanidad, de ahí su importancia estratégica.
- Los mercados mundiales se caracterizan por la enorme diferencia de precios entre los países desarrollados con sistemas de protección y el resto de los grandes productores.
- Los principales importadores mundiales son la Unión Europea, Estados Unidos y Japón.
- Los países con mayor volumen de exportación son Tailandia (27%), Estados Unidos (15%) y Vietnam (21%).
- La Unión Europea produce un 5% de la producción mundial, concentrada en los países del sur. Los principales importadores son Francia y el Reino Unido y los principales exportadores Italia y España.

## ***La producción nacional y sus tendencias***

- La extensión dedicada a la producción de arroz en España ocupa 114.000 hectáreas situadas en las marismas y deltas de los ríos.
- La producción se limita a un número reducido de autonomías: Cataluña, Comunidad Valenciana, Murcia, Andalucía, Aragón y Extremadura.
- España, con 845.000 toneladas de arroz de cáscara en 2002, es el segundo productor europeo después de Italia.
- El 48% de la producción es japónica y el 52% restante índica.
- La producción de arroz tiene lugar en áreas de alto valor ecológico y el sistema productivo está vinculado al mantenimiento de una fauna característica.

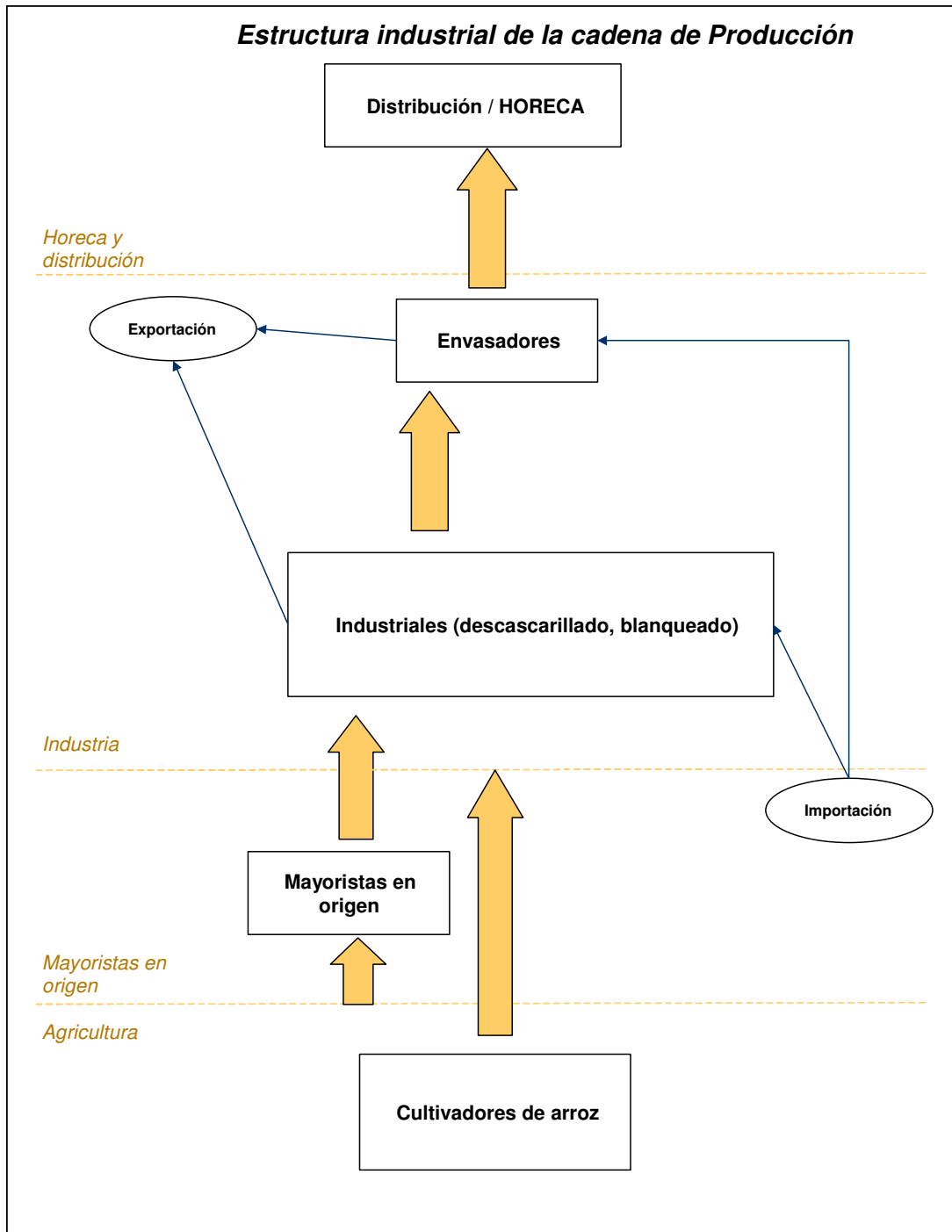
*Evolución de la producción de arroz en España  
Volumen (Miles de Tm.)*



*Fuente : Anuario de estadística Agroalimentaria, 2002. MAPA*

## ***Análisis industrial de la cadena de producción***

<b><i>Fase</i></b>	<b><i>Análisis</i></b>
Fase Agraria	<ul style="list-style-type: none"><li>• En España existen 10.700 agricultores. Con una dimensión media entre las 4 hectáreas de la Comunidad Valenciana y las 36 hectáreas de Andalucía</li><li>• Existe un predominio de explotaciones menores de 10 hectáreas que representan el 64%, mientras que las explotaciones de más de 20 hectáreas suponen el 20% del total</li></ul>
Primera puesta en mercado: los mayoristas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Las cooperativas comercializan del orden del 80% de la producción total</li><li>• Las cooperativas tienen, en su mayoría, una situación de dependencia muy alta de las industrias que realizan el blanqueo y envasado</li><li>• En los últimos años se está produciendo una concentración de las cooperativas, apoyada por los Gobiernos Autonómicos, que les está permitiendo acceder al descascarillado y blanqueado e incluso envasar y vender directamente</li></ul>
Fase industrial	<ul style="list-style-type: none"><li>• Existen dos grandes empresas que descascarillan, blanquean y envasan. Entre las dos reúnen la mayor parte del mercado español y ambas ocupan posiciones importantes en el mercado europeo y mundial</li><li>• La empresa líder tiene del orden del 65% del mercado español y la segunda se acerca al 30%. Cuenta con filiales productoras y comerciales tanto en países productores como consumidores</li></ul>

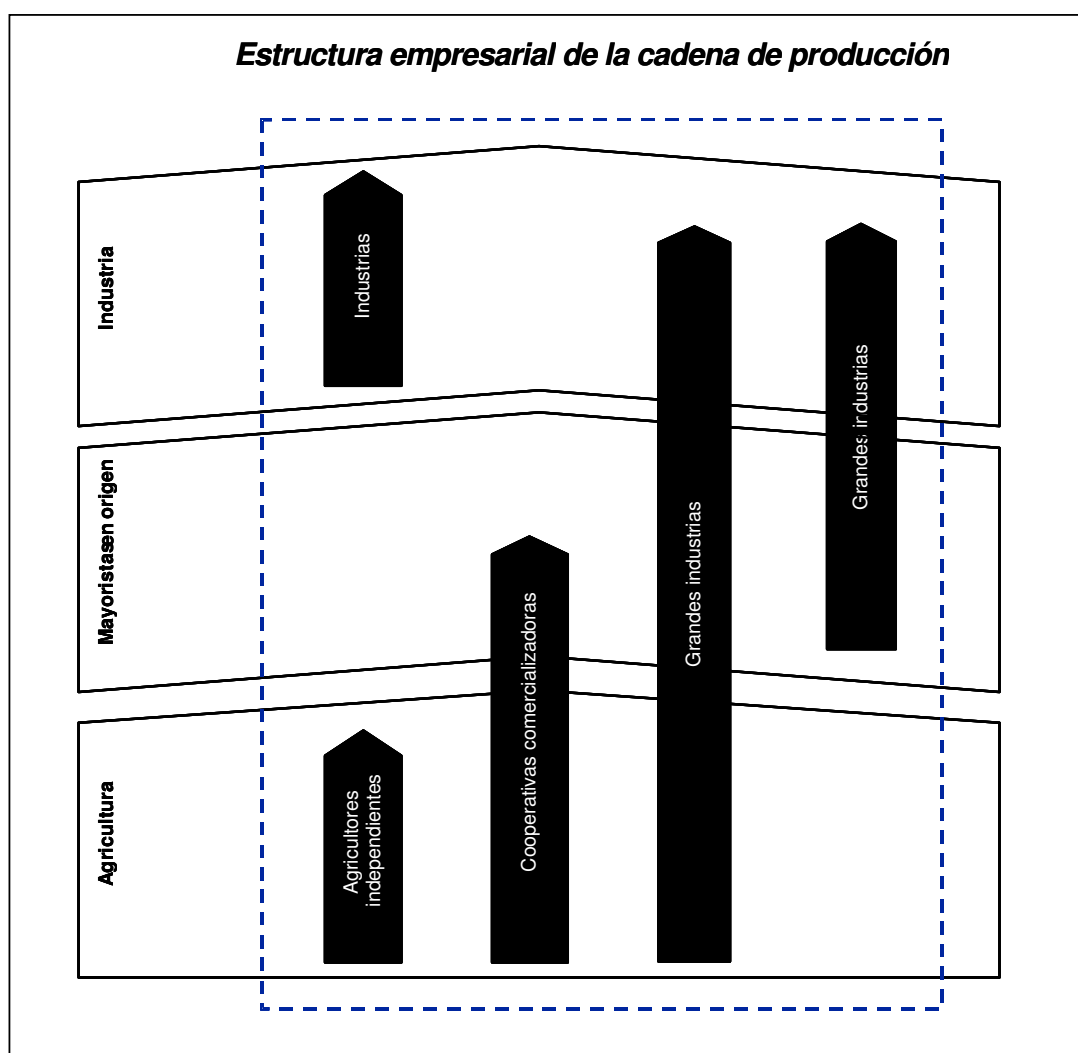




## Análisis de la estructura empresarial

### Principales tipos de empresas

- Cooperativas de comercialización, que controlan el 80% de la comercialización. Dentro de este colectivo hay unas que simplemente comercializan, otras descascarillan y algunas blanquean y envasan
- Grandes empresas industriales. Hay básicamente dos grandes empresas pertenecientes a grupos empresariales multisector



## ***Principales tendencias***

### **Principales tendencias en la cadena de producción**

- El proceso de concentración de las cooperativas, incrementando su presencia en la actividad de descascarillado y blanqueo
- El incremento de la elaboración de marcas de la distribución por parte de las cooperativas
- El incremento de las ventas de arroz con marca propia por parte de las cooperativas, especialmente en el mercado de radio corto

## Principales problemas

<b>Principales problemas</b>		
<b>Ámbito del problema</b>	<b>Jerarquía</b>	<b>Problema</b>
Cuestiones generales	1	Costes mucho más altos en la Unión Europea que en los grandes exportadores mundiales
	2	Situación estacionaria del consumo
	3	Producto básico maduro
	4	Las cooperativas envasan una parte pequeña y no cuentan con marcas conocidas.

## Recomendaciones

<b>Cuestiones Generales</b>		
<b>Medida</b>	<b>Plazo de aplicación</b>	<b>Dirigida al mercado</b>
Diversificación de gama final y desarrollo de productos más elaborados	Corto y medio	Interior Exterior
Desarrollo comercial de las calidades diferenciales	Corto y medio	Interior Exterior
Promoción del consumo con campañas publicitarias	Corto y medio	Interior Exterior
Campaña específica del arroz japónica ligado a la tradición culinaria española	Corto y medio	Interior Exterior
Reforzamiento del proceso de concentración de las cooperativas e incremento del envasado	Corto y medio	Interior