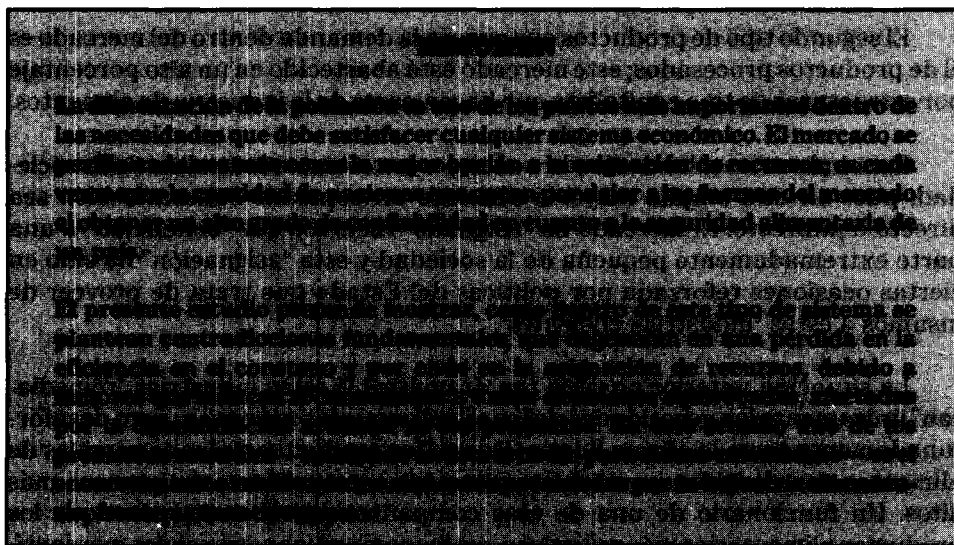


¿LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS UNA ALTERNATIVA FRENTE AL HAMBRE?*

*Jorge Alberto Linares***



El problema del hambre, constituye uno de los aspectos más determinantes dentro de los planteamientos que debe tener en cuenta toda política tendiente a asegurar el bienestar alimentario de una sociedad.

Existen varias formas de lograr obtener un nivel adecuado de abastecimiento de alimentos; una, es dejar como en cualquier sistema capitalista, que el

* Este artículo sintetiza los resultados de un trabajo más amplio que fue realizado en 1987 y 1988 en los Seminarios de Agroindustria I y II con la coautoría de Vincenzo Brigante.

** Estudiante de noveno semestre Carrera de Economía.

mercado asigne los recursos y resuelva “eficientemente” el problema. La segunda consiste en dejar en manos del estado la solución a este problema y basado únicamente en políticas gubernamentales lograr la solución del problema alimentario. Por último, existe una combinación de las dos soluciones anteriores; una parte la asigna el mercado y lo que no logra éste, lo resuelve el Estado.

Esta última solución es la que actualmente se presenta dentro de la “política alimentaria” del país. Por una parte el Estado se ha preocupado por solventar y facilitar el abastecimiento de ciertos productos frescos, para atender las necesidades tanto de consumidores finales como de ciertas industrias de alimentos. Por otra parte, el mercado asigna la producción de productos frescos y procesados; los productos frescos son elaborados tanto por unidades con estructura netamente capitalista como por estructuras de tipo campesino; este mercado se caracteriza por una relativa homogeneidad del producto ofrecido, por lo cual los productos finales de cualquiera de las dos estructuras se enfrentan a mercados idénticos.

El segundo tipo de productos que genera la demanda dentro del mercado es el de productos procesados; este mercado está abastecido en un alto porcentaje por estructuras de tipo capitalista que hacen parte de la industria de alimentos.

Esta industria se ha dedicado a atender los estratos más altos de la sociedad, pues en una amplia mayoría satisface un consumo suntuario bien sea directo o indirecto. El mercado ha “asignado” recursos que “benefician” a una parte extremadamente pequeña de la sociedad y esta “asignación” ha sido en ciertas ocasiones reforzada por políticas del Estado que trata de proveer de insumos a estas “industrias eficientes”.

La situación anterior no sería tan dramática si estas industrias “remediaran” únicamente las necesidades de los estratos que las necesitan, pero desafortunadamente como lo afirma Susan George “los productos de las compañías de alimentos van dirigidos invariablemente a los consumidores de ingresos más altos. Un funcionario de una de esas compañías dijo “Es una pena que los productos alimentarios más nutritivos que las compañías comerciales mercantilizan vayan dirigidos al sector de la sociedad que menos los necesitan. “Los pobres de todas maneras compran porque están influidos por el atribillamiento publicitario que hacen estas compañías...¹.

Es precisamente esta afirmación la que pone en tela de juicio las ventajas derivadas de la asignación eficiente generada por el mercado; es eficiente en términos de que está resolviendo una “necesidad” de estratos altos, pero desafortunadamente otros estratos (medio y bajo), se ven influidos por la publici-

1. Susan George, Como Muere la otra mitad del mundo. Las verdaderas causas del hambre.

dad y estrategias de mercadeo tendientes a lograr la diferenciación de un producto que no es absolutamente necesario para las clases menos favorecidas; "La publicidad puede convencer a los compradores con menor ingreso de que deben comprar ciertos productos nutritivos caros si quieren que sus hijos crezcan sanos"...².

La necesidad de analizar como se comporta la relación entre la industria de alimentos dentro de los postulados formulados anteriormente, generó la realización de esta investigación (para el caso colombiano), basándose en el postulado de que los productos generados por la industria de alimentos únicamente buscan una diferenciación del producto, más no un incremento apreciable dentro del contenido calórico³ del producto final.

Para el análisis del comportamiento de la elevación del precio por medio de la diferenciación del producto, se realizó un análisis precio-caloría⁴. El contenido calórico de los alimentos se obtuvo con base a los tabulados de las tablas de alimentos del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, los alimentos analizados correspondieron exactamente a los generados por estas tablas.

Para establecer los precios de los alimentos se realizó una encuesta dentro de 3 tipos de sitios de abastecimiento.

1. Tiendas misceláneas.
2. Cajas de Compensación Familiar.
3. Supermercados.

Los sitios de abastecimiento se ubicaron dentro de un mismo estrato⁵, para evitar posibles distorsiones dentro del precio de venta de los artículos que finalmente podría alterar los resultados de la investigación; finalmente los precios obtenidos de la respectiva muestra se ponderaron de acuerdo al número de establecimientos encuestados y se realizó el coeficiente precio-caloría con los precios promedio ponderados y los tabulados del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.

Para analizar el fenómeno se escogieron 4 grupos de alimentos que representan un peso importante dentro de la alimentación del colombiano promedio, los grupos seleccionados fueron:

-
2. Op. Cit.
 3. Se utilizó este indicador debido a que éste se presentaba como un parámetro de fácil comparación para los diferentes alimentos, aunque si se trata de medir la calidad de la nutrición, éste por sí solo es un mal indicador. Para efectos de la comparación no afecta el análisis.
 4. Susan George, op. cit.
 5. Se muestrearon 10 tiendas, 2 tipo supermercado, y se realizó una aproximación para la Caja de Compensación Familiar.

1. Maíz y procesados.
2. Leche y derivados.
3. Papa y procesados.
4. Trigo y procesados.

El análisis buscó hallar la relación incremental entre el precio-caloría del producto fresco (sin intervención de la industria de alimentos) y el producto procesado por la industria de alimentos.

A continuación se presentan los resultados obtenidos dentro de cada grupo de alimentos seleccionados y finalmente una comparación intergrupala de los resultados.

Grupo Maíz y Procesados

La muestra obtenida se compuso de los siguientes alimentos:

- Maíz (amarillo tipo Caldas).
- Arepa (plana delgada del maíz amarillo Caldas).
- Harina de Maíz (amarillo Caldas).
- Pasabocas (a base de harina de maíz).
- Cereal (a base de maíz).

Los resultados obtenidos para este grupo se presentan en la tabla 1.

Tabla 1
PRECIO POR CALORIA GRUPO MAIZ Y DERIVADOS

ALIMENTO	Precio (100 grms)	Calorías	\$/c	Var. (%)*
Maíz	25.74	322.0	0.079	
Harina de Maíz	19.51	322.0	0.060	-24.05
Arepa	18.35	185.0	0.100	26.58
Pasabocas	103.82	250.0	0.410	418.98
Cereal	115.60	372.0	0.310	292.40
Promedios	56.60	290.2	0.190	178.47

* Con relación al producto fresco (relación incremental).

De la tabla anterior se pueden encontrar las siguientes relaciones:

Con la única excepción de la Harina de Maíz, los demás procesados con base de maíz, especialmente los pasabocas y el cereal, presentan un incremento

altamente destacable dentro del precio por caloría en relación con el maíz fresco; "coincidentalmente" dentro de estos productos se presentan las industrias de alimentos con amplia participación de capital extranjero y estructuras de tipo multinacional, las cuales basan sus estrategias de venta especialmente con altas dosis de publicidad y mercadeo.

El caso de la Harina de Maíz, que presenta un precio menor al del producto fresco, puede responder a factores estacionales que distorsionan el análisis, pero al parecer el proceso no incrementa potencialmente el precio en relación al fresco, pues como se observa en la tabla 1 posee la misma cantidad de calorías que el producto fresco; es destacable nuevamente en este caso que este resultado puede estar generado por la escasa posibilidad de diferenciación del producto que impide que actúen las fuerzas que permiten a la industria de alimentos incrementar el valor más no el contenido alimenticio.

Finalmente el análisis muestra cómo los resultados de la tabla 1 se pueden diferenciar en 2 grupos:

Procesados difícilmente diferenciables donde predomina el capital nacional, sin ingerencia de capital foráneo, como son la Harina de Maíz y las Arepas, los cuales presentan cierta concordancia dentro de la variación incremental del precio por caloría en relación con el fresco.

El segundo grupo donde predominan estructuras tipo multinacional y que produce alimentos ampliamente diferenciables como lo son el cereal y los pasabocas, siendo especialmente estos últimos los que presentan una mayor relación incremental respecto al producto fresco; anotando finalmente, que a pesar de ser un producto netamente orientado a un segmento alto, tiene bastante aceptación dentro de estratos más bajos.

Grupo de Leche y Procesados

De este grupo se seleccionaron los siguientes alimentos:

Leche	Kumis
Yogurt	Helado
Queso	

La primera aclaración con respecto al producto fresco a comparar, es que la leche que se utilizó para la investigación, no es un fresco propiamente dicho, pues se trata de leche pasteurizada que es en sí un producto procesado. Pero como producto base para los demás derivados con base en ésta, es pertinente la comparación, ya que el consumo de leche es en su mayoría de este tipo.

Tabla 2
PRECIO POR CALORIA GRUPO LECHE Y DERIVADOS

ALIMENTO	Precio (100 grms)	Calorías	\$/c	Var. (%)*
Leche	11.76	50.0	0.230	
Kumis	34.34	54.0	0.630	173.91
Yogurt	34.97	55.0	0.630	173.91
Helado	51.87	205.0	0.250	8.69
Queso	123.95	145.0	0.850	269.56
Promedios	51.35	101.8	0.518	156.51

El análisis de la tabla 2 permite encontrar las siguientes relaciones:

En este caso no se presenta como en el grupo del maíz una relación intermedia entre los productos procesados, sino que existe una amplia variación entre la relación incremental.

Este hecho puede estar ocasionado principalmente por el tipo de procesados con base en la Leche; que son fácilmente diferenciables, y dentro de estos se da el caso del yogurt y el kumis los cuales pueden ser fácilmente sustituibles y presentan condiciones muy semejantes dentro de la relación incremental.

El hecho de que se genere una relación incremental más alta puede provenir de la imposibilidad de conseguir productos intermedios como en el caso del maíz y debido a que la leche sea un producto procesado puede generar distorsiones sobre la relación incremental, pero hay que considerar que en este caso se trata de productos altamente diferenciados que dependen en alto grado de las estrategias de publicidad y mercadeo lo cual puede generar esta variación tan alta en la relación precio-caloría, pues en el caso de la leche no es necesario inducir su consumo con base en las estrategias anteriormente mencionadas.

Grupo de papa y procesados

Para este grupo fueron seleccionados los siguientes productos:

- Papa.
- Prefritas.
- Pasabocas (con base en papa «papas fritas»).

Tabla 3

**PRECIO POR CALORIA PAPA Y
PROCESADOS CON BASE EN ESTA**

ALIMENTO	Precio (100 gms)	Calorías	\$/c	Var (%)*
Papa	12.35	84	0.14	
Prefritas	76.96	92	0.83	492.85
Pasabocas	153.90	92	1.67	1092.85
Promedios	81.07	89.33	0.88	792.85

El análisis de la tabla anterior muestra claramente que es en este grupo donde la elevación del precio final sobre el fresco es mayor, quedando como en el grupo anterior sin la posibilidad de que exista una gama de productos intermedios. En promedio, es en este grupo donde la elevación de la relación incremental es la más alta de todos los analizados, hecho al parecer causado principalmente porque dentro de los alimentos analizados este es el que posee el menor contenido calórico entre los grupos encuestados. El segundo aspecto a tener en cuenta es que en el caso de los pasabocas con base en papa se da el más alto precio comparativamente con los otros alimentos.

Grupo de trigo y procesados con base en trigo

Dentro de este grupo fueron seleccionados los siguientes alimentos:

- Harina de trigo (primera calidad).
- Pasta alimenticia (Base semolina y agua).
- Pan blanco.

Nuevamente para este grupo hay que señalar que la comparación se realizó con base en un procesado como es la harina de trigo, pero esto no desvirtúa en nada los resultados que se pueden obtener.

Otra precisión radica en que la participación de este grupo dentro de los gastos del consumidor en la nueva canasta del Dane es de únicamente 2.44% discriminado de la siguiente forma:

- 1.65% al pan.
- 0.54% a las pastas.

Aparentemente esta baja participación sobre los gastos totales del consumidor le restaría importancia a este grupo de alimentos, pero es innegable que estos 2 alimentos son consumidos en buena proporción por las clases menos favorecidas como una solución a su problema alimentario, y debido a esto se incluyeron dentro de la investigación.

Los resultados obtenidos se pueden apreciar en la tabla 4.

Tabla 4

PRECIO POR CALORIA GRUPO TRIGO Y PROCESADOS

ALIMENTO	Precio (100 grms)	Calorías	\$/c	Var (%)*
Harina de trigo	15.26	356	0.042	
Pasta alimenticia	24.40	350	0.069	64.28
Pan blanco	30.26	337	0.089	28.98
Promedios	23.30	347.66	0.066	46.63

Como se puede observar de la tabla 4, este grupo es el que presenta los menores cambios incrementales en el precio por caloría. Puede ser debido a varios factores: el primero el alto contenido calórico que presenta este grupo de alimentos, el segundo aspecto radica en su bajo precio comparado con los otros grupos, situación motivada aparentemente por los bajos costos de publicidad y mercadeo que enfrentan estas industrias como lo afirma Susan George.

Adicionalmente se debe agregar que en el caso de las pastas se presenta una amplia participación de capital nacional dentro de esta industria. Finalmente a que la industria de pastas se ha dedicado a atender los estratos medio y bajo de la población, los cuales se benefician de este tipo de producto.

Otro de los aspectos a destacar es que a pesar de que no existen niveles intermedios dentro de la relación incremental, esta última no se modifica considerablemente y no alcanza niveles tan altos como en los casos de los otros grupos de alimentos.

Consideraciones finales

El análisis final busca establecer una comparación entre los 4 grupos de alimentos seleccionados, la tabla 5 muestra los resultados obtenidos:

Tabla 5

PRECIO POR CALORIA GRUPO

ALIMENTO	Precio (100 grms)	Calorías	\$/c	Var (%)*
Grupo Maíz	56.60	290.2	0.190	178.47
Grupo Leche	51.35	101.8	0.518	156.51
Grupo Papa	81.07	89.33	0.880	792.85
Grupo Trigo	23.30	347.66	0.066	46.63
Promedios	53.08	207.24	0.413	291.61

La tabla anterior muestra como en el sector de trigo y procesados la variación incremental con respecto a los otros grupos es menos de la tercera parte. Se debe principalmente a su gran contenido calórico, a las bajas inversiones que debe hacer esta industria en publicidad y por lo tanto al relativo bajo precio de venta. Este grupo está muy por debajo de los promedios de los sectores analizados, pero como se demostró anteriormente ello se debe a factores excepcionales dentro de la industria alimentaria.

El segundo aspecto a destacar es que el grupo de procesados con base en papa está muy por encima de los promedios de los sectores analizados, generando un coeficiente incremental muy superior al resto de los grupos. Puede ser generado por varios factores principales; el primero, el bajo contenido calórico de este alimento en relación con los otros analizados, y el segundo su alto precio en especial el del producto procesado, causado por factores tales como la publicidad y los esfuerzos por diferenciar el producto que obligan a trasladar estos sobre-costos al consumidor final.

Sólo los otros dos grupos maíz y leche presentan condiciones parecidas, siendo el factor principal de diferenciación el nivel calórico de cada uno, el cual marca la diferencia en el análisis incremental, siendo éste más favorable para el grupo de la leche. La razón de esto, se debe a la presencia en las industrias alimenticias de capital tipo multinacional dentro del grupo seleccionado; puede alterar la relación de precios, en contra del grupo de los procesados con base en maíz, que no posee capital extranjero de consideración.

Finalmente el análisis incremental permite mostrar como si existe una relación entre las industrias que deben emplear grandes cantidades de recursos para lograr diferenciar sus productos y las que pertenecen a un mercado homogéneo, siendo claro ejemplo de esto, la relación entre el coeficiente incre-

mental para el grupo del trigo y el de la papa, aunque estos pueden ser casos extremos; los casos promedio (Leche y Maíz) muestran como se da una elevación de más de un 150% sobre el precio del fresco.

Finalmente el estudio realizado a pesar de no tener una validez estadística necesaria para producir generalizaciones debido al tamaño de la muestra, permite por lo menos no desvirtuar la hipótesis de que la industria de alimentos eleva el precio mas no el contenido alimenticio de sus productos. Aclarando que para lograr obtener conclusiones más contundentes sería necesario ampliar el tamaño de la muestra, además de basar el análisis nutricional en otros factores adicionales al contenido calórico.