

El itinerario de
un producto para
satisfacer al
consumidor

LA FILIERE:

El concepto francés de integración sectorial

por: M. Manso, J. Simón y J.L. López*



LA NOCIÓN DE FILIERE

Hoy en día la palabra «filiere» aparece en el medio agro-alimentario francés de manera frecuente. Toda planificación, programa o política no debe llevarse a cabo más que en términos de filiere o, al menos, bajo el apoyo de la filiere. Sin embargo, cada uno tiene su propia definición y establece sus propios límites, siendo frecuente que se mezcle con los términos de complejo y de sistema. No existe una verdad absoluta y la dogmática queda lejos de estar establecida.

Hay que partir de dos conceptos: el

concepto de sistema y el de itinerario de un producto.

En relación con cada producto la filiere puede definirse como la sucesión de estados por los que debe pasar, grados que debe superar, formalidades que debe cumplir dicho producto antes de llegar a un resultado, con el objetivo principal de satisfacer al consumidor. Por tanto, puede decirse que la filiere representa, de algún modo, el itinerario del producto, su flujo. Este itinerario viene marcado por transformaciones físicas visibles del producto, pero también por intervenciones exteriores que van a modificar algunas de sus características: precio, comercialización, marca, localización, etc.

Para determinar si un cierto estado o un cierto operador pertenece o no a la filiere de un producto concreto, debe ha-

cerse referencia a la noción de estructura: «sistema formado por fenómenos solidarios tales que cada uno de ellos depende de los otros y no puede ser lo que es más que si se encuentra dentro y en relación con los demás».

Dada la insuficiencia de los acercamientos micro y macroeconómicos la filiere debe considerarse como un mesosistema, como nivel intermedio entre las unidades de base, es decir, las empresas, y el conjunto de la realidad económica. Según esta concepción será objeto del meso-análisis. Pero habrá que tener en cuenta que el estudio de una fiebre concreta debe responder a una problemática que permita establecer unos ciertos límites (producto o familia de productos, longitud, época, lugar, características técnicas de la producción, cantidad, circuitos, precio).

De modo general podremos decir que una filiere es el conjunto de los agentes económicos (transformadores o no), de los agentes administrativos y políticos que suponen directa o indirectamente el itinerario de un producto del estado inicial (producción) al estado final (consumo). La filiere está compuesta de todas las interacciones entre estos diversos agentes que forman, entre ellos, un sistema.

La filiere de un producto agrícola (o de una familia de productos agrícolas) debe, sin embargo, situarse en el contexto más general del complejo agroalimentario. Ciertos elementos de dicho complejo demasiado generales, no pueden ser integrados en un análisis de filiere.

DELIMITACION DE UNA FILIERE

Para poder analizar una cierta filiere es preciso delimitarla previamente a través de una definición concreta de los di-

(*) Dpto. de Economía y Ciencias Sociales Agrarias. E.T.S.I.Agrónomos. Universidad Politécnica de Madrid.

COLABORACIONES TECNICAS



ferentes elementos que intervienen en ella:

a) Definición precisa de los *productos* (materias primas y productos finales).

b) Definición de la *altura* de la filière. Supone un estudio sucesivo de producción, mecanismos e instituciones de primera puesta en mercado, expedición, segunda puesta en mercado y estados al por mayor y al detalle.

c) Definición de la *anchura* de la filière. Se trata de clasificar las relaciones y los elementos del sistema para hacer aparecer distintos subsistemas. Integrar la anchura de la filière significa tomar en consideración todos los subsistemas que la forman.

d) *Espesor* de la filière. No se puede comprender el comportamiento de un operador sin considerar las principales y más frecuentes asociaciones culturales que practica.

e) *Delimitación geográfica*:

-A nivel de producción y hasta la primera puesta en mercado.

-A nivel de los circuitos de comercio al por mayor y al detalle.

f) *Delimitación en el tiempo*.

Habrá que tener en cuenta la necesidad de reunir series estadísticas sobre un periodo suficientemente largo y remontarse hasta fechas relativamente lejanas, si estas han supuesto un cambio importante en el seno de la filière.

LOGICAS DE REGULACION Y PAPEL DEL ESTADO

Toda filière puede estar sujeta a tres tipos de regulación. Estas lógicas de regulación actúan paralelamente, complementándose, y se enfrentan a un mismo tiempo:

a) *Lógica doméstica*.

La unidad de base es la familia. Los intercambios son escasos y esporádicos y los precios, no regulares, se establecen según la oportunidad de cada momento.

Es poco importante desde un punto de vista cuantitativo.

b) *Lógica de mercado*.

Las unidades de base son las pequeñas y medianas empresas y los pequeños comerciantes. Se caracterizan por su atomización y por la posibilidad de libre entrada.

Los intercambios tienen lugar en mercados físicos y en ellos intervienen especialistas en los productos de los que se trate.

Esta lógica de mercado muestra, con más o menos transparencia, precios correspondientes a la confrontación de la oferta y la demanda, según un esquema de competencias. Los precios vienen dados, a largo plazo, por los costes de producción. Requiere una confrontación permanente entre la oferta y la demanda de cada producto y, por tanto, de una normalización rigurosa. Implica, además, que productores y consumidores ajusten sus decisiones de vender y consumir según las indicaciones del mercado. Pero estas indicaciones reflejan más frecuentemente una situación coyuntural que una tendencia a largo plazo. Están marcadas por crisis temporales de superproducción o de penuria, o por crisis más duraderas. Si las crisis son muy importantes puede llegarse a la destrucción del aparato productivo.

La regulación de mercado es insuficiente, especialmente para enfrentarse a las crisis antes mencionadas, así como para orientar los cultivos a largo plazo.

c) *Lógica de organización*.

Las unidades de base son las grandes empresas, oligopolios y monopolios. Se caracteriza por un dominio técnico económico de los procesos de producción a través de contratos (acuerdos), integraciones de tipo vertical y concentraciones horizontales, que implican una organización importante y una fuerte rigidez, así como una producción en masa. Los intercambios son directos y en ellos intervienen generalistas (se observa una mayor diversificación).

Esta lógica, basada en la organización, va dirigida a establecer los precios (según los costes de producción y la renta), a evitar la obstrucción de los circuitos de distribución, a seleccionar mejor los productos para atenuar las situaciones de crisis. Trata de programar cuantitativa y cualitativamente las ventas en función del mercado potencial. Se pone en marcha gracias a la iniciativa de una empresa: los grandes compradores de las cadenas de supermercados tratan de planificar sus aprovisionamientos y firman acuerdos con empresas de producción-expedición, surtidos bien precisos con pliegos de condiciones. Las fábricas de transformación aseguran sus aprovisionamientos

con contratos de suministro o de cultivos plurianuales con productores seleccionados. Las cooperativas de acondicionamiento y venta imponen ciertas normas a sus productores y efectúan compensaciones financieras según la calidad de los productos y la época.

La organización toma una dimensión colectiva y se impone a las empresas de una región o de un país. Así los «Groupements de Producteurs» en Francia (como las «Marketing Orders» en E.E.U.U.) hacen aplicar, con apoyo de los poderes públicos, medidas de orden en los mercados: gestión de la oferta y control de la calidad, estimulación del consumo mediante investigación y prospección comercial, publicidad y promoción de los productos.

d) *El papel del Estado.*

Las organizaciones que parten de empresas tratan, sobre todo, de reducir las crisis coyunturales. Sin embargo, el Estado se compromete con políticas a largo plazo:

A) Creación de las condiciones de regulación por el mercado: moneda (pesos y medidas), aduanas, fisco (tasas y subvenciones), definición de los productos, infraestructuras (transportes y comunicaciones, mercados físicos, infraestructuras específicas), información en cuanto a precios y calidades.

B) Regulación del mercado desde el punto de vista financiero, a través del fisco, y desde el punto de vista de los intercambios internacionales, a través de las aduanas.

C) Organización: creación o favorecimiento de la creación de organizaciones.

D) Prescripción: imposición de normas sanitarias y leyes.

E) Actuación como operador: oficinas

(boards), empresas del Estado, planes.

La evolución estructural de la filière obedece a una tensión permanente entre lógicas antagónicas: mercado y organización (especialización y polivalencia de los operadores profesionales, centralización y descentralización de los intercambios y circuitos comerciales).

AGENTES, TIPOS DE CIRCUITOS Y POSIBILIDADES DE INTEGRACIÓN VERTICAL

a) *Los agentes.*

Son los operadores, que negocian con el producto. Lo compran y lo venden, aprovechando la diferencia existente entre los precios de compra y de venta o valor añadido. Esta diferencia es debida a modificaciones de tiempo, lugar, calidad o estado de elaboración. Para situarse entre dos precios los operadores conservan el producto, lo transportan, lo clasifican y acondicionan o lo transforman, respectivamente.

b) *Tipos de circuitos entre productos y consumidor:*

A) Autoconsumo. Se trata de un caso en el que el productor es también el consumidor del producto.

B) Circuitos con agentes intermedios. Pueden actuar como intermediarios diversos tipos de mayoristas y un minorista (comerciantes especializados, generalistas, restauración).

Por otra parte hay que evitar la confusión entre circuito y filière. La filière supone el conjunto de todos los circuitos posibles para un producto dado, incluyendo

al total de los operadores y a todas las relaciones existentes entre ellos.

c) *Tipos de integración vertical.*

El producto pasa por cuatro estados consecutivos: producción, expedición, distribución al por mayor y distribución al detalle.

Pueden darse los siguientes casos de coordinación entre los distintos estados por los que pasa el producto:

-Entre producción y expedición. Este es el caso de las cooperativas o de ciertos expedidores, propietarios de las unidades de producción.

-Entre la distribución al por mayor y la distribución al detalle. Es el caso de los mayoristas, así como de la distribución moderna (ej. CARREFOUR).

-Entre expedición y distribución al por mayor (ej. ARCADIE).

-Entre expedición, distribución al por mayor y distribución al detalle (ej. CASINO).

-Integración de toda la cadena (ej. BENETTON).

Estas diferentes formas coexisten y pueden aparecer mezcladas.

BIBLIOGRAFIA Y DOCUMENTACION

-ADEFI (1985). *L'analyse de filière.* Actes du colloque E.S.C. Nantes. Economica/FNEGE Paris.

-BONNEAU, P. (1984). *La filière fruits et légumes.* Documents INRAP 49.

-BOUTONNET, J.P. (1993-1994). *Marchés et filières des produits agricoles et alimentaires.* Séminaire de Recherche. D.E.A. Economie du développement agricole, agroalimentaire et rural.

-BROSSARD, D.; LAM QUANG, B. (1990). *Le memento fruits et légumes.* Ciffl.

-BROSSARD, D.; LAM QUANG, B. (1991). *Chiffres des fruits et légumes.* Ciffl.

-CODRON, J.M.; LAURET, F. (1993). *Les fruits.* Economica.

-LACROIX, J. *Perspectives d'évolution des acteurs de la filière de distribution des fruits et légumes frais.*

-LAURET, F. (1983). *L'évolution des productios fruitières, ses causes et ses problèmes.*

-INRA, Colloque INRA-CTIFL sur les recherches fruitières.

-LAURET, F. (1979). *Fruits et légumes: données, problèmes et perspectives.* Doc. INRA.

-LEUSIE, M. (1984). *La dinamique des entreprises dominantes et les freins à l'innovation dans la filière de fruits et légumes: rapport de synthèse.* Doc. INRA.

-LOPEZ, J.L.; SIMON, J. (1994). *Las interprofesionales en la agricultura.* Rev. Agricultura, nº 738 Madrid.

-MONTIGAUD, J.C. *L'agréage dans les filières fruits.* In. Arboriculture fruitière nº 441.

-MONTIGAUD, J.C. (1984). *Evolution de la filière fruits et légumes frais et commerce en gros.* 3e. Congrès du commerce en gros en fruits et légumes.

-OSSARD, H. (1985). *La filière fruits et légumes.* Ed. Agra.

