



Grado en Economía

Curso académico: 2020-2021

TRABAJO FIN DE GRADO

Análisis de los factores explicativos de rentabilidad
en las empresas del sector primario.

Analysis of the explanatory factors of profitability in
companies of the primary sector

Autor: Adolfo González-Pinto Correa

Director: José Luis Fernández Sánchez

Junio 2021

ÍNDICE

1. RESUMEN	2
Abstract	2
2. INTRODUCCIÓN.....	3
3. MARCO TEÓRICO.....	4
3.1. La rentabilidad empresarial	4
3.2.1 La rentabilidad económica	4
3.2.1.1 Cálculo de la rentabilidad económica	5
3.2.2. La rentabilidad financiera.....	6
3.2.2.1. Cálculo de la rentabilidad financiera.....	6
3.2. Modelos para explicar las diferencias de rentabilidad empresarial.	7
3.3.1. El modelo E-C-R (Estructura-Comportamiento-Resultado).....	7
3.2.2. El modelo de las 5 fuerzas de Porter.....	9
3.3.3 La Teoría de los Recursos y Capacidades.	11
3.3. El sector primario español y su problemática.....	14
4. METODOLOGÍA.....	15
5. ANÁLISIS EMPÍRICO SECTOR PRIMARIO.....	17
5.1 Análisis a nivel sector.	17
5.1.1 Análisis Estructura-Comportamiento-Resultado.	17
5.1.2. Cinco fuerzas de Porter.	20
5.2. Análisis a nivel empresa	22
5.2.1 Teoría de los Recursos y Capacidades.....	22
6. CONCLUSIÓN	27
7. BIBLIOGRAFÍA.....	28

1. RESUMEN

La rentabilidad empresarial es un pilar fundamental para el funcionamiento a lo largo del tiempo de cualquier empresa. Son muchas las teorías económicas y los estudios que han centrado su atención en aspectos como este, intentando dar soluciones a empresas e incluso a sectores productivos de una economía.

La mayoría de las empresas en el sector primario en nuestro país cada vez tienen más problemas para llevar a cabo su actividad económica de una manera solvente y son cada vez más comunes las protestas de los trabajadores de este sector alegando el desamparo de políticas como la PAC (Política Agraria Común), o la bajada de los precios en origen.

En este trabajo podremos comprobar que el problema no solo se trata de un tema coyuntural del sector, sino que también hay aspectos individuales de cada una de las empresas que son fundamentales a la hora de influir en los resultados obtenidos por una empresa.

Abstract

Business profitability is a fundamental pillar for the operation over time of any company. There are many economic theories and studies that have focused their attention on aspects like this, trying to provide solutions to companies and even to productive sectors of an economy.

Most of the companies in the primary sector in our country have more and more problems to carry out their economic activity in a solvent way and the protests of workers in this sector alleging the neglect of policies such as the PAC (Common Agricultural Policy), are increasingly common. or lower prices at origin.

At the end of this study, we will be able to verify that the problem is not only a conjunctural issue of the sector, but that there are also individual aspects of each of the companies that are fundamental when it comes to influencing the results obtained by a company.

2. INTRODUCCIÓN.

Debido al mundo cambiante en el que vivimos, cada día nos enfrentamos a una sociedad más compleja y el ámbito empresarial no queda exento de esta complejidad. Las empresas se ven obligadas a ir adaptándose a las nuevas situaciones y retos que van surgiendo. Debido a esto, los dirigentes de las compañías tienen cada vez un mayor interés en la ciencia de la dirección empresarial y más en concreto en la dirección estratégica para analizar los factores fundamentales por los cuales las compañías que dirigen pueden llegar a obtener el nivel de rentabilidad marcados al inicio del año. Nos podemos encontrar con diferentes estudios que defiendan diversos puntos de vista sobre los factores que afectan a la rentabilidad de las empresas; entre todos ellos, los que predominan son aquellos en los que a la hora de realizar el análisis diferencian entre factores a nivel sector o externos, como puede ser el sector en el que desempeña la empresa su actividad económica y los factores a nivel empresa o internos que pueda tener una empresa, como por ejemplo el tamaño o las propias decisiones que pueda tomar la empresa. (González *et al.*, 2000)

Durante este estudio seguiremos las bases de la Organización Industrial y analizaremos los factores desde los dos puntos de vista previamente mencionados; primero los factores a nivel sector (en nuestro caso será orientado al sector primario) donde analizaremos si hay diferencias significativas en el rendimiento que obtienen las empresas dependiendo de si pertenecen a un determinado sector u otro. Desde este punto de vista, las empresas dentro de un mismo sector serán consideradas homogéneas y para analizar la rentabilidad y el crecimiento de dicho grupo de empresas (las del sector primario) nos apoyaremos en dos modelos para el análisis: el paradigma *Estructura-Comportamiento-Rendimiento* desarrollado por Joe Staten Bain (1912-1991) en 1959 y el modelo de las 5 fuerzas de Porter, elaborado por Michael Porter (1947) elaborado en 1979.

Posteriormente pasaremos a analizar los factores a nivel empresa ya que, siendo realistas, no podemos considerar que todas las empresas dentro de un mismo sector tengan las mismas características y es que siempre habrá diferencias internas entre cada una de ellas como por ejemplo el tamaño, la cuota de mercado, la antigüedad, las decisiones estratégicas que tomen cada una de ellas ya sea orientar la producción a la exportación o para la demanda interna del país, invertir más o menos en I+D, inversión en marketing, la financiación, diversificación etc. Desde este punto de vista nos apoyaremos en la Teoría de Recursos y Capacidades para sacar conclusiones sobre la relación de los factores explicativos y el rendimiento de las empresas (Ibarra Mirón and Suárez Hernández, 2002). En este apartado, nos centraremos en un grupo de empresas (con diferentes características entre ellas) pertenecientes al sector primario y escogeremos un grupo de 25 de empresas para llevar a cabo un análisis desde el punto de vista de la Teoría de Recursos y Capacidades (Ibarra Mirón and Suárez Hernández, 2002) calculando la correlación entre algunos factores y el rendimiento de las empresas.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. La rentabilidad empresarial

Para ir orientando este estudio hasta llegar a nuestro objetivo final que es analizar los factores que explican la rentabilidad en el sector primario, es conveniente primero tener claro que consideramos como rentabilidad y las diferencias que hay entre el *rentabilidad económica y financiera*, que son los dos tipos de rentabilidades que vamos a considerar.

Para comenzar, podemos definir la rentabilidad como el ratio que relaciona el beneficio obtenido con la inversión que ha sido necesaria llevar a cabo para obtener dichos beneficios en un periodo de tiempo determinado, en otras palabras, una comparativa entre la renta generada y los medios que han sido necesarios para la generación de dicha renta (Sánchez Ballesta, 2002; Amat, 2005). Ahora bien, en este concepto de rentabilidad que acabamos de definir, lo podemos analizar desde dos puntos de vista que son como ya hemos mencionado previamente la rentabilidad económica (o rentabilidad del activo) y la rentabilidad financiera (o rentabilidad de los fondos propios).

Por último, mencionar que el análisis a realizar de las rentabilidades será desde el enfoque de Du Pont (Cortés-Romero, Rayo-Cantón and Lara-Rubio, 2007). Este enfoque consiste en descomponer ambos ratios de rentabilidad para así poder relacionar estas rentabilidades con aspectos de relevancia. En el caso de la rentabilidad económica será descompuesto en el margen y la rotación y por otro lado, la rentabilidad financiera, la cual podremos descomponer en tres ratios que son rentabilidad económica, apalancamiento financiero y efecto fiscal (cociente entre el Beneficio Neto y el Beneficio antes de Impuestos).

En general, en este trabajo y en mucha de la literatura financiera que nos podemos encontrar de diversas fuentes distintas, nos encontraremos con muchas palabras abreviadas por sus iniciales. En nuestro caso nos encontramos con abreviaturas como BAIT, AT, BAT y FP las cuales a continuación las desglosamos:

- *BAIT*: Beneficio Antes de Intereses e Impuestos
- *BAI*: Beneficio Antes de Impuesto
- *FP*: Fondos Propios

3.2.1 La rentabilidad económica

La rentabilidad económica o del activo, también conocido por las siglas ROI debido a su terminología en inglés *Return On Investment*, es aquella que relaciona el BAIT y el Activo Total de la empresa sin tener en cuenta la financiación de dichos activos con los que la empresa genera el beneficio. Como es lógico, cuanto mayor productividad tengan los activos de la empresa mayor será este ratio. Al no tener en cuenta los gastos financieros, es posible comparar las rentabilidades de varias empresas con distintas estructuras financieras convirtiéndose así en un ratio básico para constatar la eficiencia de la gestión empresarial de cada compañía (Sánchez Ballesta, 2002). Una curiosidad es que a pesar de que la mayoría de los autores defienden esta definición de rentabilidad económica, se han encontrado algunos autores que no están de acuerdo en usar el BAIT alegando

que no tener en cuenta los costes de financiación de los activos es ignorar la capacidad de las empresas de obtener recursos financieros los cuales pueden ser caros, baratos, propios, ajenos... y, esto incide en el desarrollo económico de las compañías (Sanchez, 1994).

3.2.1.1 Cálculo de la rentabilidad económica

$$RE = \frac{BAII}{Activo\ Total} = \frac{BAII}{Ventas} \times \frac{Ventas}{Activo\ Total} = Margen \times Rotación$$

Fórmula 1. Rentabilidad Económica

En la fórmula 1, vemos la fórmula de la rentabilidad económica. Como hemos indicado antes, este indicador de rendimiento puede ser dividido en dos ratios que ayuda a una mayor comprensión de donde proviene la rentabilidad económica. El primero, el ratio que relaciona el BAI y las Ventas, es el conocido como ratio de margen sobre las ventas y el segundo, en donde se relaciona las ventas con el activo, es el ratio de rotación del activo.

Usando esta fórmula desglosada, vemos que las empresas pueden llevar principalmente dos tipos de estrategias para obtener la rentabilidad económica:

- Primero llevar a cabo una estrategia de venta de productos de alta calidad que se podrían vender a unos precios altos. En este caso se venderían pocas unidades, pero se obtendría un buen margen por cada unidad vendida. En este caso diríamos que la empresa está buscando obtener rentabilidad económica a través de la estrategia de Margen. Este tipo de estrategias son las que toman por ejemplo las empresas de lujo. (Amat, 2005)

$$Margen = \frac{BAII}{Ventas}$$

Fórmula 2. Margen

- La segunda alternativa, sería que la empresa disminuyera el margen de beneficio que obtiene por cada unidad que vende. En este caso, la empresa vendería un numero alto de unidades y a pesar de no obtener un margen alto por cada unidad vendida, supliría esta decadencia debido al alto número de unidades que vende. Esta estrategia es conocida como una estrategia de rotación. (Amat, 2005)

$$Rotación = \frac{Ventas}{Activo\ Total}$$

Fórmula 3. Rotación.

3.2.2. La rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera, también conocida como ROE debido a sus iniciales en inglés *Return On Equity*, mide el resultado neto generado respecto a la inversión que han tenido que realizar los propietarios de la compañía; en otras palabras podríamos decir que mide la capacidad de una empresa para dar beneficios a sus propietarios (Sanchez, 1994). Es uno de los indicadores más importantes para las empresas ya que está muy ligado a los intereses de los inversores de las empresas y cuanto más positivo sea este ratio, mejor para los intereses del inversor. En este sentido, entra en juego el término de coste de oportunidad para los inversores a la hora de hacer la inversión, ya que es importante que la rentabilidad proporcionada al inversor sea mayor que el coste de oportunidad que tiene este inversor, es decir, la rentabilidad que deja de obtener al no poder invertir en otras empresas o sectores (Sánchez Ballesta, 2002; Amat, 2005).

3.2.2.1. Cálculo de la rentabilidad financiera.

Al igual que hemos visto con el indicador de rentabilidad económica, la rentabilidad financiera también se puede dividir en varios ratios apoyándonos en el enfoque de Du Pont. Para comenzar, la forma más habitual de expresar esta rentabilidad es la siguiente:

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Fondos Propios}}$$

Fórmula 4. Rentabilidad Financiera

Si descomponemos esta fórmula de la rentabilidad financiera en varios ratios, podemos llegar a relacionar dicha rentabilidad financiera con la *rentabilidad económica* (anteriormente explicada), el *apalancamiento financiero* y el *efecto fiscal*. Como se muestra a continuación, fruto de multiplicar al indicador de rentabilidad financiera por las ventas y por el activo total, obtenemos la expresión en donde la rentabilidad financiera está relacionada con el Margen, la Rotación (lo que formaría la rentabilidad económica).

$$\text{Rentabilidad Financiera} = \frac{\text{BAII}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{AT}} \times \frac{\text{BAT}}{\text{BAII}} \times \frac{\text{AT}}{\text{FP}} \times \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{BAI}}$$

Fórmula 5. Descomposición Rentabilidad Financiera

Como vemos en el desglose de la fórmula de la rentabilidad financiera en la figura 5 hemos pasado de una fórmula con un solo ratio a otra que tiene 5 ratios en los cuales podemos separarlos en la rentabilidad económica, apalancamiento financiero y el efecto fiscal. La rentabilidad económica ya ha sido explicada anteriormente, pero los otros dos conceptos son nuevos y a continuación vamos a hablar sobre ellos:

- *Apalancamiento Financiero*: este concepto de apalancamiento financiero, el cual no había sido nombrado durante este trabajo es importante y es que evalúa la relación entre la deuda y los capitales propios de una compañía. Si nos fijamos en las fórmulas del apalancamiento y de la rentabilidad financiera, observamos una relación directa, es decir, cuando mayor es el apalancamiento mayor será la rentabilidad. Esto está relacionado con los fondos propios ya que, cuantos menos fondos propios financien las inversiones de la empresa mayor rentabilidad de estos fondos y mayor apalancamiento.

$$\text{Apalancamiento Financiero} = \frac{AT}{FP} \times \frac{BAI}{BAII}$$

Fórmula 6. Apalancamiento Financiero.

- *Efecto fiscal*: es el cociente entre el Beneficio Neto y el Beneficio Antes de Impuestos y mide la repercusión que tienen los impuestos sobre la rentabilidad financiera.

$$\text{Efecto Fiscal} = \frac{\text{Beneficio Neto}}{BAI}$$

Fórmula 7. Efecto Fiscal.

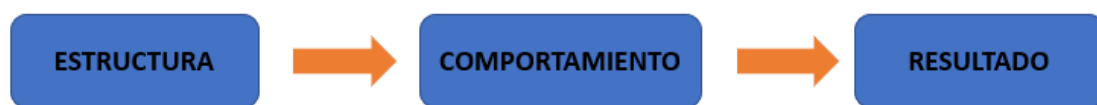
3.2. Modelos para explicar las diferencias de rentabilidad empresarial.

3.3.1. El modelo E-C-R (Estructura-Comportamiento-Resultado).

A finales de la década de 1930, los estudiantes pertenecientes a la Organización Industrial clásica comenzaron a poner el foco de estudio en la estructura tanto a nivel sector como a nivel empresa. Dos de los autores que más influenciaron este pensamiento fueron por un lado Edward Manson que afirmaba que el tamaño de una empresa tiene impacto en las políticas competitivas en el mercado (Manson 1939) y otro autor a destacar es Joe Staten Bain el cual determinó la relación entre la concentración de un determinado sector y sus resultados (Bain 1951). Estos autores, consideraban a las empresas como homogéneas, es decir, no había factores internos que explicaran las diferencias de rentabilidad ya que esta rentabilidad venía explicada por la estructura del sector al que pertenecen dichas empresas (García Jiménez, 2009).

Bain, se centró en el análisis a nivel sector y profundizó en el estudio sobre la relación entre la estructura del sector y los resultados de las compañías dando resultado al paradigma de Estructura-Comportamiento-Resultado (*Structure-Conduct-Performance*). El punto de partida de este paradigma es que las características de la estructura del sector determinarán el comportamiento de las empresas que pertenezcan a este sector lo que también será determinante para los resultados de dichas empresas pertenecientes al sector (Bain 1951, 1956). Esta relación es lineal y en un solo sentido, es decir, el comportamiento y el resultado no tendrán influencia en la estructura del sector (Raible, 2013).

Figura 1. Relación lineal paradigma ECR



Fuente: Elaboración propia

La estructura de un determinado sector vendrá explicada por la oferta y la demanda que haya en el mismo, la competencia interna del sector determinará el comportamiento de las empresas pertenecientes al sector, moldeando así el resultado final de las empresas del sector. Un aspecto importante en este paradigma es el grado de concentración del sector, ya que es considerado como uno de los principales factores que caracterizan la estructura del sector; el paradigma de ECR defiende que el grado de concentración del mercado y el nivel de competencia de este están inversamente relacionados ya que un alto nivel de concentración motivará la colusión lo que hace que baje la competencia entre los miembros pertenecientes al sector (Baird, 1997) esta afirmación se corrobora al comprobar que las empresas que operan en sectores con alta concentración obtienen mayores rendimientos que las que operan en sectores con menor concentración.

A continuación, vamos a describir lo que desde el punto de vista de este paradigma se entiende como Estructura, Comportamiento y Resultado; los tres pilares básicos de este pensamiento:

- *Estructura*: en el paradigma de ECR, la “*estructura*” describe las características y la composición de los mercados en la economía. Esta estructura puede ir desde el monopolio (en donde solo una empresa abarca todo el mercado y hay barreras de entrada) hasta la competencia perfecta (donde hay más de una empresa que compite en el mercado y las barreras de entrada se relajan). Los principales aspectos a los que la estructura se refiere son la concentración, las barreras de entrada y la diferenciación de los productos (Lelissa and Kuhil, 2018).

- *Comportamiento*: según Bain, el “*comportamiento*” se refiere a las estrategias tomadas por las empresas adaptándose al mercado al que pertenezcan. Este aspecto pone el foco en aspectos como pueden ser el precio fijado por cada una de las empresas, inversión que cada empresa decida tomar en publicidad, la innovación de cada una... También otra de las estrategias que pueden tomar las empresas la cual es reseñable es la llevar a cabo comportamientos de colusión o una fusión (Lelissa and Kuhil, 2018).
- *Resultado*: en cuanto al “*resultado*”, este aspecto se refiere principalmente a los resultados económicos que obtiene la empresa; estos resultados suelen expresarse con términos de rentabilidad los cuales ya han sido explicados anteriormente. Como ya se ha explicado antes, este paradigma defiende que estos resultados económicos se consiguen gracias a la combinación de la estructura y el comportamiento (Lelissa and Kuhil, 2018).

3.2.2. El modelo de las 5 fuerzas de Porter.

Continuando con el análisis a nivel sector, uno de los modelos más conocidos es el modelo de las 5 fuerzas de Porter; elaborado por Michel Eugene Porter en 1979. En esta teoría, el grado de rivalidad (o competencia) entre las empresas presentes en un mismo sector es uno de los aspectos fundamentales sobre los que pivota la teoría. Esta competencia en el sector está denominada como una de las fuerzas que hay en el mercado. Aparte de esta fuerza la cual hemos dicho que es sobre la que pivotan las demás, Porter denominó la existencia de otras 4 fuerzas competitivas las cuales tienen relevancia a la hora de afectar al rendimiento de las empresas. Estas fuerzas son: amenaza de entrada de nuevos competidores, amenaza de productos o servicios sustitutivos, poder de negociación de los proveedores y el poder de negociación de los clientes. (Porter 1980)

Figura 2. Las 5 fuerzas de Porter.



Fuente: Elaboración propia.

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** Si en un determinado sector se obtienen unas rentabilidades por encima de la media, esto atraerá a nuevas empresas a competir en este sector; haciendo que las rentabilidades del conjunto de empresas que realizan su actividad económica en este sector tienda a descender. En este apartado cobra gran importancia las posibles barreras de entrada que pueden evitar la entrada de nuevas empresas a un determinado sector como pueden ser economías de escala, requisitos de capital, barreras gubernamentales... (Baena, Sánchez, Montoya Suárez 2003)
- **Productos sustitutivos como amenaza:** Un bien sustitutivo, es aquel que realiza las mismas funciones que otro producto por lo que cuantos más productos sustitutivos existan en un determinado sector, menores expectativas de rentabilidad habrá. La mayor amenaza para una empresa es que otra con productos sustitutivos y con unos precios menores o una calidad mayor empiece a actuar en el sector. (Baena, Sánchez, Montoya Suárez 2003)
- **Poder negociación de los proveedores:** Las condiciones del sector en el que actúa una empresa también vienen condicionadas por los proveedores, es decir por aquellos que les suministran los materiales o servicios necesarios para que las empresas puedan llevar a cabo su actividad económica. El poder de negociación de los proveedores dependerá de las condiciones del mercado, el resto de los proveedores y la importancia del producto que suministra el proveedor. (Baena, Sánchez, Montoya Suárez 2003)
- **Poder negociación de los clientes:** Normalmente está relacionado con la cantidad de opciones que los clientes tienen para comprar, a mayor número de opciones para comprar, mayor poder tendrán los clientes y menor las empresas; ahora bien, si hay muy pocas empresas que ofrezcan un determinado bien o servicio, éstas tendrán mucho poder y los clientes se verán obligados a aceptar las condiciones de estas empresas. (Baena, Sánchez, Montoya Suárez 2003)

Dependiendo del grado de intensidad en la rivalidad entre las empresas estaremos en un escenario u otro. Cuando esta rivalidad es máxima, estaríamos en el escenario de competencia perfecta en donde la rentabilidad para las empresas pertenecientes a este sector es mínima y son muchas las empresas que abastecen el mercado; por el contrario, cuando la rivalidad es mínima, nos situaríamos en el escenario de competencia imperfecta donde la rentabilidad para las empresas del sector sería mayor, con modelos como el de monopolio (una sola empresa abastece a todo el mercado y tiene todo el poder) o el de oligopolio (en el cual un grupo reducido de empresas abastecen a todo el mercado y tienen un poder muy elevado)

3.3.3 La Teoría de los Recursos y Capacidades.

Si solo ponemos el foco en las teorías que explican la rentabilidad de las empresas desde la perspectiva del nivel sector, supondríamos que todas las empresas que pertenezcan a un mismo sector obtendrían unos beneficios parecidos, pero son muchos los estudios que aprecian diferencias significativas en la rentabilidad de empresas pertenecientes a un mismo sector (Martín de Castro, 2004), de ahí que sea interesante también hablar de la relación entre las características a nivel empresa y los rendimientos obtenidos por las diferentes empresas pertenecientes a un mismo sector.

Nos disponemos ahora a hablar de la Teoría de los Recursos y Capacidades, donde la premisa principal es que las empresas, a pesar de pertenecer a un mismo sector, son heterogéneas. Desde el punto de vista de esta teoría, la empresa es considerada como un conjunto de diversos Recursos y Capacidades heterogéneos y el rendimiento que consigan las diferentes empresas dentro de un sector dependerá del potencial de los recursos y capacidades que estas posean. El análisis que realizaremos a través de este pensamiento se centrará en las capacidades y recursos propios de cada empresa y su respectiva importancia a la hora de ser determinantes explicar el rendimiento (Wernerfelt, 1984)

Una de las cuestiones a remarcar en este contexto es que hay un cierto conflicto entre los autores que han tratado esta teoría sobre lo que es un recurso y una capacidad; hay autores (como Wernerfelt) que defienden que los **recursos** engloban a *todos los factores internos que posee la empresa como pueden ser las capacidades*, procesos organizativos u otros aspectos controlados por la empresa. Mientras otros como Grant sí que tienden a diferenciar entre dos niveles que serían los recursos y las capacidades.

A continuación, me dispongo a concretar sobre lo que puede ser considerado como un recurso y sus características y lo mismo con las capacidades.

Para empezar con los **recursos**, es importante destacar que éstos no generan rendimiento por sí solos, sino que la interacción entre estos será lo que genere rendimiento para las empresas. Hay un consenso entre la mayoría de los autores que han estudiado esta teoría de recursos y capacidades por el cual entre todos los recursos, los cuales pueden ser tangibles e intangibles, los intangibles (como por ejemplo el conocimiento o la reputación de la empresa) tienen un mayor valor a la hora de explicar el rendimiento de las empresas (Martín de Castro, 2004). También, para que estos recursos que poseen las empresas sean una fuente sólida de ventaja competitiva para éstas, deben tener cualidades como la de ser escasos, ser relevantes en los mercados en los que la empresa compite, que existan a lo largo del tiempo, que no se puedan copiar o que sean difícil de adquirir. Autores relevantes de esta teoría como Wernerfelt, menciona algunos recursos específicos que pueden otorgar una posición dominante a sus poseedores como la *lealtad del consumidor*, *la experiencia*, *las economías de escala* o *los avances tecnológicos* (Wernerfelt, 1984).

Por otro lado, hablando de las **capacidades** que es el otro aspecto relevante de esta teoría, las podríamos definir como la actividad de coordinar y gestionar los recursos propios de la empresa de la forma más eficiente posible. (Barney 1991).

Existen generalmente principalmente dos enfoques desde los que analizar las capacidades; desde un **análisis funcional** en donde se identifica a las capacidades organizativas en relación con las principales áreas funcionales de la empresa (Grant, 1996):

Tabla 1. Capacidades punto de vista Funcional

ÁREA FUNCIONAL	CAPACIDAD
Funciones Directivas	<ul style="list-style-type: none"> • Control Financiero. • Dirección Estratégica. • Coordinación de Divisiones.
Investigación y Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación. • Desarrollo nuevos Productos.
Fabricación	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia en el volumen de Fabricación. • Flexibilidad y respuesta rápida.
Diseño de Productos / Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección y promoción de marcas. • Respuesta a las tendencias del mercado.
Ventas y Distribución	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción y realización de ventas. • Calidad y eficacia del servicio al cliente.

Fuente: Elaboración propia.

El otro enfoque es el **análisis de cadena de valor** en donde las capacidades se dividen entre las de actividades primarias y las actividades de soporte (Grant, 1996):

Tabla 2. Capacidades punto de vista cadena de valor.

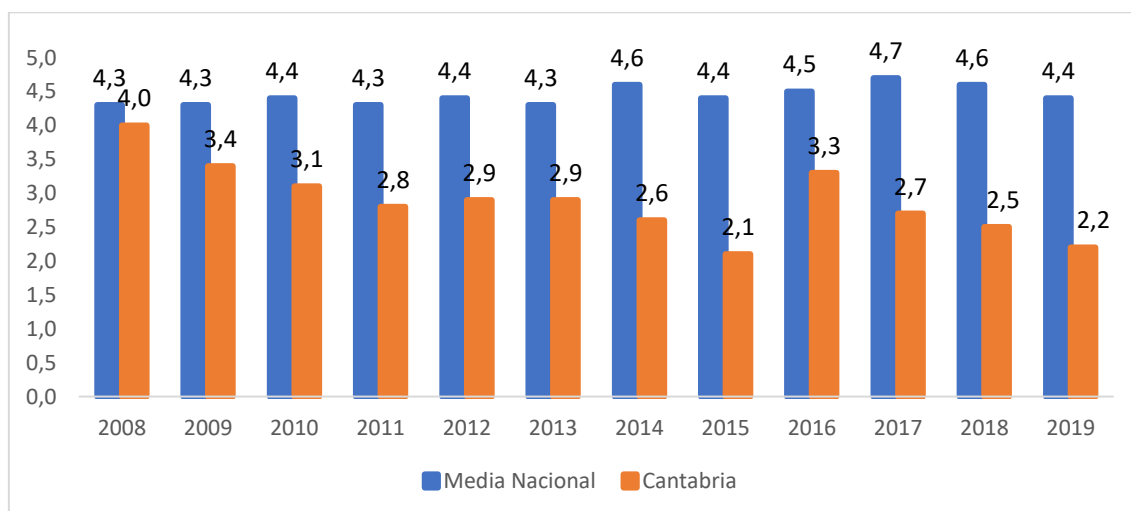
ACTIVIDADES DE SOPORTE	Recursos Humanos
	Abastecimiento
	Infraestructuras Físicas, sistemas de información
	I+D, Tecnología, Finanzas, Legal...
ACTIVIDADES PRIMARIAS	Logística Entrada: Transporte, Gestión de Stocks, Handling
	Operaciones: Fabricación, Ensamblado, Control de Calidad, Embalaje
	Distribución: Gestión de Stocks, transporte
	Marketing y ventas: Publicidad, Promociones, Red de ventas
	Servicio: Post venta, Call center...

Fuente: *Elaboración propia.*

3.3. El sector primario español y su problemática.

El sector primario engloba el conjunto de actividades económicas que obtienen materias primas del medio rural como puede ser la ganadería, agricultura, pesca minería y explotación forestal. Actualmente (datos del 2020) del total de personas activas en España, tan solo un 4.1 pertenece al sector primario y en concreto en Cantabria, esa cifra baja a un 3%. El porcentaje de población activa dedicada al sector primario, ha permanecido estable en el ámbito nacional y ha descendido en la comunidad de Cantabria en la última década a casi la mitad como puede verse en el gráfico. Pero si miramos a largo plazo sí que ha habido una bajada drástica del número la población activa en el sector primario pues en 1976 por ejemplo la población activa del sector primario era en torno del 20%. Este descenso se ha debido a aspectos como el aumento de uso de maquinaria o la pérdida de población rural vivida en los últimos años en el país. Cabe destacar también que la aportación al PIB español de este sector ha ido minorando con los años aportando en 2017 un 2,7% del total de forma directa.

Figura 3. Población activa sector primario (%)



Fuente: Elaboración propia. Con datos del INE.

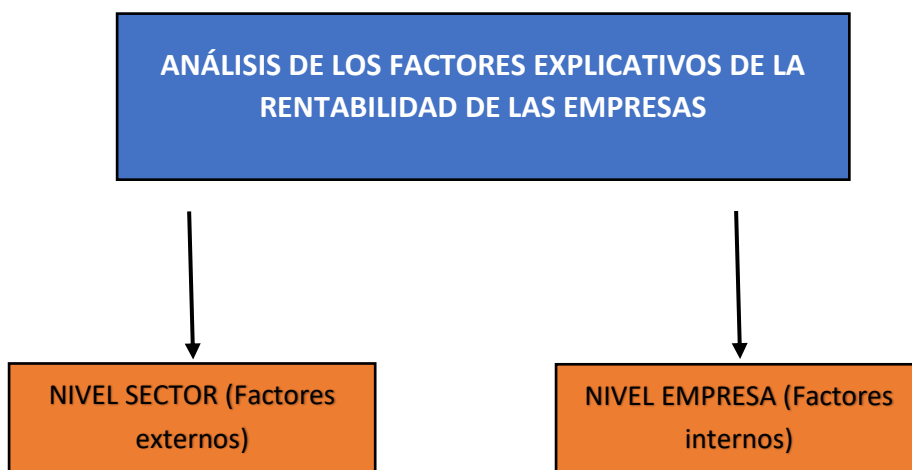
Una de las razones de la elección de este trabajo es la supuesta pérdida de rentabilidad de una de las actividades del sector primario como es la agricultura por razones como la bajada del precio de los productos, la subida del Salario Mínimo Interprofesional (SMI) o el incremento de las cuotas de los trabajadores autónomos

4. METODOLOGÍA

Apoyándonos en las teorías desglosadas en el anterior apartado y la bibliografía usada para dicha explicación así como en los datos obtenidos en portales oficiales como por ejemplo el INE (Instituto Nacional de Estadística) o el SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos), nos disponemos a hacer un análisis descriptivo de la situación del sector primario, es decir, nos disponemos a confeccionar un resumen de información útil del sector primario y las empresas que participan en él para comparar la situación de dicho sector con la de otros sectores de la economía con el objetivo de obtener unas conclusiones claras sobre los diversos factores que son significativos a la hora de explicar la rentabilidad económica de una empresa. Cabe destacar que el sector primario abarca muchos subsectores y nuestro análisis para ser mas concreto ha sido realizado sobre uno de esos subsectores que son aquellas actividades con código CNAE 01 el cual engloba a la agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados con dichas actividades

El modo de analizar la situación del sector primario, como ya hemos mencionado en la introducción, se hará a dos niveles; primero haremos un estudio a nivel sector (sector primario) mediante el cual trataremos de sacar conclusiones apoyándonos en las dos teorías que defienden la explicación del rendimiento de las empresas desde esta perspectiva y posteriormente pasaremos a analizar la situación desde una perspectiva a nivel empresa

Figura 4. Dimensiones del análisis a realizar.



Fuente: Elaboración propia.

En primer lugar, para empezar con el análisis a nivel sector, analizaremos la situación desde el punto de vista del paradigma de E-C-R, en donde trataremos de estudiar la estructura del sector primario lo cual siguiendo los principios de esta teoría explicará el comportamiento de las empresas pertenecientes a este sector lo cual a su vez ayudará a analizar el rendimiento del grupo de empresas pertenecientes a este sector estudiado y ver si se cumple este paradigma.

Continuando con el análisis desde una perspectiva a nivel sector, pasaremos a analizar la situación apoyándonos en el teorema de las Cinco Fuerzas de Porter, en este apartado analizaremos principalmente la competencia que hay entre las empresas del sector primario (la cual ya hemos dicho que es la fuerza principal de esta teoría y sobre la que pivotan el resto de las fuerzas mencionadas en este teorema) y también analizaremos las otras 4 fuerzas y sus aspectos que las caracterizan.

Por último, el objetivo del análisis cambiará a focalizarse en el nivel de empresa, en este apartado, y apoyándonos en la mencionada Teoría de Recursos y Capacidades, analizaremos los factores internos (en este caso los denominaremos recursos y capacidades propios de la empresa) del grupo de empresas seleccionado para el estudio tratando de analizar la relación de dichos recursos y capacidades con el rendimiento de las empresas poseedoras estos.

5. ANÁLISIS EMPÍRICO SECTOR PRIMARIO

El sector primario es aquel que engloba aquellas actividades económicas dedicadas a la transformación de los recursos naturales en productos primarios o sin procesar. Engloba varias actividades de las cuales destacan: agricultura, ganadería, pesca y silvicultura. Algunas de las características a resaltar de este sector son las siguientes:

- A lo largo de los años ha ido perdiendo peso relativo en la actividad económica general del país, debido principalmente al proceso de terciarización vivido en España. Hay que dejar claro que esta pérdida de peso no es en términos absolutos, pues al contrario, la actividad en este sector ha aumentado en términos absolutos, pero en términos relativos a disminuido, es decir, hay otros sectores que en estos últimos años han crecido más que el sector primario. (Martínez Álvarez *et al.*, 2013)
- Las actividades que engloba el sector son muy volátiles. Algunos de los factores que afectan a esta volatilidad y pueden producir shocks en la oferta de productos tanto agrarios como pesqueros son, por ejemplo, la gran influencia que tienen los fenómenos meteorológicos en la agricultura o diversos accidentes que pueden ocurrir como por ejemplo el hundimiento del Prestige en 2002, el cual provocó una drástica reducción en la actividad pesquera. Esta volatilidad provoca importantes cambios en la oferta y en el precio de los productos producidos en el sector primario. (Martínez Álvarez *et al.*, 2013)

5.1 Análisis a nivel sector.

A este nivel del análisis hemos mencionado dos teorías: el *Paradigma E-C-R*, y la teoría de las *5 Fuerzas de Porter*.

5.1.1 Análisis Estructura-Comportamiento-Resultado.

Para continuar analizando el sector primario y sacar conclusiones desde la perspectiva E-C-R, es muy interesante calcular la **concentración** de las empresas que hay en el sector y comparar dicha concentración con otros sectores. Para ello, dividiremos a las empresas en 4 grupos y analizaremos la cuota de mercado que tiene cada grupo de empresas.

- Microempresa: Menos de 10 empleados.
- Pequeña empresa: Desde 10 hasta 49 empleados.
- Mediana empresa: Desde 50 hasta 250 empleados.
- Gran empresa: Más de 250 empleados

Tabla 3. Distribución en % de la cuota de mercado por tamaño de la empresa

	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande
Industria de alimentación	7,4	21,6	31,2	39,8
Media Nacional	7,8	15,6	23,6	53,0

Fuente: Elaboración propia con datos del INE.

En la Tabla 3 vemos los datos del subsector elegido y también la media nacional con los 4 grupos de empresas anteriormente desglosados y sus respectivas cuotas de mercado. A la hora de calcular la concentración es interesante ver donde se sitúa la mayor parte de la cuota de mercado. Si la gran parte de la cuota del mercado se sitúa en el sector de las grandes empresas, significa que unas pocas empresas acaparan la demanda en ese sector y están muy concentradas, en cambio, cuanto mayor cuota de mercado haya en los segmentos de microempresa y en pequeña y mediana empresa, un mayor número de empresas serán las que darán respuesta a la demanda del mercado con lo que se podría afirmar que hay una menor concentración. En nuestro caso (el sector de la alimentación) vemos que hay una menor concentración de la cuota de mercado que la media nacional. Este nivel de concentración provoca que haya una mayor competencia entre las empresas ya que al ser muchas, tienen difícil llevar a cabo comportamientos como la colusión y podemos decir entonces que en este sector estamos en competencia perfecta.

Por último, destacar que la anteriormente mencionada **volatilidad** en la actividad empresarial del sector primario, tienen una gran importancia a la hora de definir la estructura del sector ya que según el paradigma de E-C-R, uno de los factores por los que se caracterizará la estructura de un sector es la oferta y la demanda que haya; como se hay comentado antes, debido a diversos factores externos, a veces hay shocks en la oferta tanto de productos agrícolas como pesqueros los cuales son importantes de resaltar ya que influenciarán en la estructura de las empresas pertenecientes a este sector.

Estas características del sector previamente mencionadas, provocan que las empresas del sector tengan un **comportamiento** muy orientado a la exportación y es que en cuanto al comercio internacional se refiere, España es un país netamente exportador y dichas exportaciones son, en su gran mayoría, con destino a la Unión Europea. Del conjunto de exportaciones que se realizaron en España en el año 2018, un 17,7% provenían del sector agroalimentario y pesquero; mientras, del conjunto de importaciones realizadas, un 12% del total tuvieron su origen en dicho sector. Desde el 2009 el sector lleva una tendencia ascendente en cuanto al incremento en las exportaciones, en concreto, en el año 2018 se exportaron bienes por valor de 11.984M, un 0,3% más que el año anterior. Desde el año 2009, las exportaciones se han multiplicado por 1,8; mientras que las importaciones han aumentado en menor medida y se han multiplicado por 1,5 (Indicadores, 2018).

Para finalizar este apartado sobre el paradigma de E-C-R, nos queda analizar los niveles de **rentabilidad** que las empresas del sector primario han tenido durante los últimos años. Como ya hemos explicado, los resultados que obtengan las empresas pertenecientes a un determinado sector vendrán explicados por la estructura y el comportamiento que estas tengan. Al ser este análisis a nivel sector, todas las empresas pertenecientes al sector primario serán consideradas como homogéneas y se asume que tengan una estructura y comportamiento similares luego no haremos distinciones entre las rentabilidades obtenidas entre cada una de las empresas pertenecientes al sector primario y llevaremos el análisis comparativo entre grupos de empresas de diferentes sectores. El no poder diferenciar entre las empresas de un mismo sector es uno de los principales problemas de este paradigma y una de las principales causas por la que se ha decidido en este estudio introducir un análisis también a nivel empresa (usando la teoría de recursos y capacidades) para poder así más información relevante a la hora de concluir cuales son los factores fundamentales que contribuyen a la rentabilidad de las empresas.

El periodo analizado abarca desde el 2010 hasta el año 2019. Para tener una visión global de la situación, nos hemos centrado en la rentabilidad económica y la hemos comparado con una media nacional del resto de sectores de la economía española.

Los datos obtenidos son los siguientes:

Tabla 4. Rentabilidad económica en %.

	RENTABILIDAD ECONÓMICA
	SECTOR PRIMARIO
2010	-1,31
2011	-7,32
2012	-2,98
2013	-118,44
2014	-24,44
2015	-32,17
2016	-11,16
2017	-4
2018	3,41
2019	-2,24
PROMEDIO	-20,06

Fuente: Elaboración propia. Con datos de SABI. El periodo analizado abarca desde el 2010 hasta el 2019.

Según el Banco de España, la **rentabilidad económica media** de todos los sectores de la economía española en el periodo de tiempo analizado fue de **un 4,28%** mientras que como podemos comprobar en la tabla 4, la rentabilidad media del sector primario fue de un **-20,06%**. Con estos datos a simple vista se cumpliría la teoría ya que vemos que hay diferencias significativas entre la rentabilidad de un sector y la media nacional pero estaremos en mejores condiciones de tomar conclusiones definitivas cuando hayamos analizado la situación también a través del punto de vista de las 5 fuerzas de

Porter y sobre todo usando la teoría de Recursos y Capacidades en donde veremos si hay diferencias entre las empresas de un mismo sector.

5.1.2. Cinco fuerzas de Porter.

Para concluir nuestro análisis a nivel sector, nos disponemos a analizar la situación desde el punto de vista de las Cinco Fuerzas de Porter. Para ello, analizaremos las cinco fuerzas definidas anteriormente aplicadas al sector primario; poniendo especial foco de atención en el grado de competencia que hay en el sector, pues es la fuerza sobre la que pivotan las otras cuatro.

Empezaremos analizando la **competencia**, en este punto, podemos apoyarnos en algunos de los datos que anteriormente analizando la situación del sector desde el enfoque de E-C-R hemos anotado. Y es que la competencia tiene relación con la tasa de concentración de las empresas que hay en el mercado. Si hay un alto número de empresas, habrá mayor competencia y rivalidad ya que será más difícil llevar a cabo prácticas de colusión como anteriormente mencionábamos. En cuanto al sector primario se refiere, ya vimos anteriormente que la concentración de la cuota de mercado que tenían las grandes empresas es menor que la media nacional lo que se traducía en un mayor número de empresas compitiendo en el sector.

Para continuar el análisis analizaremos la amenaza de **los nuevos competidores y barreras de entrada** que puede haber en el sector. El sector primario es un sector al que no es fácil acceder desde un principio, pues la mayoría de sus actividades requieren una inversión inicial considerable; si lo comparamos, por ejemplo, con alguna actividad del sector terciario como puede ser una asesoría o despacho de abogados donde en ese tipo de actividades lo más importante es el capital humano y la cartera de clientes, en cambio para la gran mayoría de actividades del sector primario se necesita una importante inversión inicial para tener los medios necesarios para realizar la actividad debido a la peculiaridad de las actividades que engloba este sector. Por ejemplo, para la pesca y la agricultura (dos de las actividades con más peso en el sector) se necesitaría invertir en bienes como un barco de pesca, un tractor, camiones para la distribución de los productos comercializados etc. Otra alternativa que suelen llevar las empresas con menor dimensión y cuota de mercado es el proceso de externalización de determinadas actividades del proceso productivo. A modo de ejemplo, una empresa dedicada a la agricultura puede contratar a otra dedicada a los transportes ahorrándose la necesidad de invertir en un camión. Para terminar este apartado, hay que destacar que uno de los mayores problemas a la hora de hablar de los nuevos posibles competidores que pueden surgir en el sector se encuentra en la competencia externa de otros países los cuales exportan sus productos a nuestro país. En este caso, muchos de estos nuevos competidores provienen de países donde la mano de obra es más barata; aspecto por el cual los trabajadores del sector primario están protestando los últimos años alegando competencia desleal.

Relación especial la que guarda otra de las fuerzas sobre las que habla Porter en su teoría; la **amenaza de los productos sustitutivos** en el sector y es que en este caso cobra una especial importancia la presencia de competidores en el exterior del país donde, como hemos comentado en el anterior apartado, pueden llevar a cabo sus actividades productivas con un menor coste por unidad producida y debido a uno de los principios de la PAC (Política Agraria Común) y la PPC (Política Pesquera Común), que es la unidad de mercado, en donde se permite la libre circulación de productos entre los estados miembros eliminando barreras arancelarias y medidas similares (Martínez Álvarez et al., 2013)

Poder de **negociación de los proveedores**: en nuestro caso, los proveedores serán todos aquellos que realicen actividades productivas en el sector primario y las vendan ya sea tanto en el mercado mayorista (normalmente a empresas distribuidoras) como en el minorista los productores por lo general son empresas pequeñas que no cuentan con recursos financieros suficientes para aprovecharse de economías de escala, realizar campañas de marketing. Otro factor que perjudica a los empresarios del sector primario es que los productos de este sector tienden a ser homogéneos y a tener un grado de diferenciación bajo. Todo esto, unido a los anteriormente mencionados productos sustitutivos que hay en sector hacen que el poder de negociación de los proveedores en este sector sea más bajo que en otros sectores.

Poder de **negociación de los clientes**, los principales clientes de este sector son las grandes superficies de supermercados y en el caso de España, hay un grupo de grandes supermercados los cuales ocupan la mayoría de la cuota del mercado nacional.

Tabla 5. Distribución en % de la cuota de mercado de los supermercados en España.

Supermercados	Cuota de mercado
Mercadona	25,5%
Carrefour	8,7%
Grupo DIA	8,7%
Lidl	5,6%
Grupo Eroski	4,9%
Grupo Auchan	3,5%
Supermercados Regionales	12,2%
Resto	30,9%

Fuente: Kantar.

Como vemos en la tabla 5, un grupo de 6 supermercados tiene en torno a un 57% de la cuota de mercado del total del mercado nacional. Esto equivale a que unas pocas empresas demandan una alta cantidad de productos dando a las empresas un alto poder de negociación respecto a otros sectores.

5.2. Análisis a nivel empresa

A continuación, nos disponemos a llevar el análisis con el objetivo de estudiar los factores a nivel empresa que sean relevantes a la hora de la obtención de rentabilidad empresarial. Para realizar el análisis desde este punto de vista, nos apoyaremos en la **Teoría de los Recursos y Capacidades**.

5.2.1 Teoría de los Recursos y Capacidades.

En este apartado vamos a realizar un análisis descriptivo sobre un grupo de 25 empresas elegidas de manera aleatoria del sector primario (en concreto con el código CNAE 01). De ellas, lo primero que analizaremos son sus datos históricos de rentabilidad empresarial buscando dar respuesta a dos preguntas básicas:

- ¿Hay diferencias significativas entre las rentabilidades obtenidas por este grupo de empresas a lo largo de los últimos años?

En caso de que las haya respaldaría a aquellas teorías que defienden que los factores explicativos de la rentabilidad de las empresas no solo dependen de factores de nivel sector (en las teorías de E-C-R y 5 Fuerzas de Porter ya vimos que el sector sí que influye) sino que también hay que bajar a realizar un análisis a nivel empresa para entender el porqué de los resultados de las empresas.

- ¿Del grupo de empresas analizadas, hay algún recurso o capacidad común que tengan las empresas que mayor rentabilidad han obtenido en los últimos años?

De esta manera analizaríamos que recursos y que capacidades pueden ser considerados como clave en las empresas del sector primario a la hora de explicar la rentabilidad de estas. Para contestar esta pregunta nos basaremos en el coeficiente de correlación entre un grupo de variables y otro. En nuestro estudio analizaremos la importancia que tiene sobre la rentabilidad el año de constitución de la empresa, el número medio de empleados de la empresa y el valor medio del activo de la empresa en los años estudiados.

Para comenzar respondiendo a estas dos preguntas que acabamos de plantear, se han elaborado tres tablas en las que se relaciona la rentabilidad económica obtenida por el grupo de empresas analizados con factores de diversa índole como son la experiencia (en este caso hemos usado los años de experiencia de cada empresa), el tamaño (fijándonos en el activo de la empresa y el número de empleados) y algunos datos de su estructura financiera (como son el ratio de endeudamiento y el de liquidez).

Para contestar a la primera pregunta nos vale con los datos de cualquiera de las tres tablas que hemos creado en este apartado ya que en todas ellas podemos apreciar el promedio de la rentabilidad económica del grupo analizado entre el periodo que abarca del 2010 hasta el 2019

Cabe destacar que al estar analizando un periodo de tiempo de varios años, en concreto desde el 2010 hasta el 2019, todas las magnitudes analizadas son el promedio de todos

los datos obtenidos en esos años. A excepción de los años de experiencia de las empresas que están medidos desde el 2019.

Comenzaremos analizando la relación entre la rentabilidad económica y la experiencia de cada una de las empresas con la siguiente tabla:

Tabla 6. Rentabilidad y años de experiencia. (2010-2019)

	EMPRESA (CNAE 01)	Rentabilidad económica* %	Años experiencia
1	U.V.E. SA.	3,16	57
2	PIENSOS COSTA SA	10,39	35
3	CEFU SA	11,41	34
4	INGA FOOD SA	5,51	23
5	AGROPECUARIA DE GUISSONA S.C.L.	1,86	62
6	JUAN JIMENEZ GARCIA SA	6,99	34
7	PAVO Y DERIVADOS SA	4,19	48
8	AGROPECUARIA DEL CENTRO AGROCESA SA	16,71	29
9	GREENMED SL	1,53	24
10	CUARTE SL	7,47	35
11	HUEVOS GUILLEN SOCIEDAD LIMITADA	6,85	37
12	COPISO SORIA S.C.	3,62	54
13	LALLEMAND BIO SL	20,13	17
14	MOYCA GRAPES SL.	14,82	14
15	EL CIRUELO SL	10,30	32
16	BOVI SA	4,56	35
17	VIÑAOLIVA S. COOP	-0,56	23
18	ICPOR SORIA SL	6,58	9
19	PONDEX SA	7,97	30
20	AVICOLA DE LLEIDA SA	5,41	61
21	PRODUCTOS FLORIDA SA	1,94	53
22	DISTRIBUCIONES AVICOLAS VAZQUEZ SA	5,85	41
23	RODRIGUEZ SACRISTAN SL	4,23	25
24	AROFA SL	5,67	29
25	CHAMPINTER SOCIEDAD COOPERATIVA DE CASTILLA-LA MANCHA.	3,96	44

Fuente: Elaboración propia. Con datos del SABI El periodo analizado abarca desde el 2010 hasta el 2019.

En primer lugar, en cuanto a la rentabilidad media obtenida por las empresas seleccionadas, vemos que siguen una tendencia de rentabilidades positivas (tan solo la Sociedad Cooperativa VIÑAOLIVA obtuvo una rentabilidad media negativa). Ahora bien, a pesar de que la gran mayoría tienen rentabilidades positivas, estos ratios oscilan entre valores muy dispares ya que hay sociedades que han llegado a alcanzar unos niveles de rentabilidad de más de un 20% y otras en cambio no llegan al 5% siendo la media de la rentabilidad de las 25 empresas analizadas de un **6,82%**. Con estos datos a simple vista podríamos confirmar que no todas las empresas a pesar de pertenecer a un mismo sector productivo tienen unos niveles de rentabilidad similares.

Quedaría entonces resuelta la primera pregunta planteada al comienzo de este apartado y es que sí que hay diferencias significativas entre unas empresas y otras a pesar de pertenecer a un mismo sector de actividad económica y cobraría sentido el analizar la situación desde un punto de vista de nivel empresa para localizar cuales son los factores

internos de las empresas (en nuestro caso recursos y capacidades) que son determinantes a la hora de influir en la rentabilidad obtenida por las empresas.

En cuanto al análisis de la relación de la rentabilidad media con la antigüedad de la empresa, el coeficiente de correlación de estas dos variables es **-0,447389**. Esto implica que los años de vida de la empresa influyen de manera negativa en la rentabilidad obtenida por cada una de las empresas. Aunque a simple vista estos resultados vayan en contra de la lógica ya que las empresas con más años de antigüedad tienen más experiencia, esta relación inversa entre ambas variables puede deberse a que las empresas analizadas no han ido invirtiendo en actualizaciones a lo largo de los años y se han podido quedar obsoletas respecto a las empresas fundadas más recientemente.

Otro de los recursos que vamos a analizar es el tamaño de la empresa. Analizando por un lado el promedio del activo de las empresas entre 2010 y 2019 y por otro el número medio de empleados en los últimos 10 años del grupo de empresas seleccionado.

Tabla 7. Grupo de empresas, activo y N.º de empleados.

	Empresa (CNAE 01)	Rentabilidad económica %	Activo*	Nº de empleados
1	U.V.E. SA.	3,16	219.574	1.594
2	PIENSOS COSTA SA	10,39	331.445	181
3	CEFU SA	11,41	300.866	650
4	INGA FOOD SA	5,51	172.999	92
5	AGROPECUARIA DE GUISSONA S.C.L.	1,86	272.740	182
6	JUAN JIMENEZ GARCIA SA	6,99	210.179	50
7	PAVO Y DERIVADOS SA	4,19	124.642	834
8	AGROPECUARIA DEL CENTRO AGROCESA SA	16,71	124.327	50
9	GREENMED SL	1,53	42.436	477
10	CUARTE SL	7,47	69.203	102
11	HUEVOS GUILLEN SOCIEDAD LIMITADA	6,85	87.064	37
12	COPISO SORIA S.C.	3,62	77.981	130
13	LALLEMAND BIO SL	20,13	399.274	50
14	MOYCA GRAPES SL.	14,82	231.834	1.917
15	EL CIRUELO SL	10,30	82.870	210
16	BOVI SA	4,56	38.207	14
17	VIÑAOLIVA S. COOP	-0,56	69.288	45
18	ICPOR SORIA SL	6,58	49.023	12
19	PONDEX SA	7,97	73.481	48
20	AVICOLA DE LLEIDA SA	5,41	30.127	67
21	PRODUCTOS FLORIDA SA	1,94	46.095	208
22	DISTRIBUCIONES AVICOLAS VAZQUEZ SA	5,85	30.823	93
23	RODRIGUEZ SACRISTAN SL	4,23	23.231	28
24	AROFA SL	5,67	70.242	312
25	CHAMPINTER SOCIEDAD COOPERATIVA DE CASTILLA-LA MANCHA.	3,96	64.205	290

Fuente: Elaboración propia. Con datos del SABI El periodo analizado abarca desde el 2010 hasta el 2019.

*En miles de euros

Con los datos dispuesto en la tabla 7, obtenemos un coeficiente de correlación entre la rentabilidad económica y el activo total de las empresas de un **0,5561776** lo que implica, a diferencia que con los años de experiencia previamente analizados, que el activo total (unos de los principales indicadores del tamaño de una empresa) influye de manera positiva en la rentabilidad obtenida por una empresa. En cuanto al número medio de empleados, el coeficiente de correlación es de **0,10854061** lo que implica un impacto muy leve del número de empleados sobre la obtención de rentabilidad.

Para terminar con este análisis vamos a analizar la relación que hay entre la rentabilidad obtenida por las empresas y dos ratios financieros como son el endeudamiento y el de liquidez, que es la capacidad que tienen las empresas para hacer frente a sus compromisos financieros a corto plazo. Para ello elaboraremos la ultima tabla con los datos obtenidos entre el periodo de 2010 y 2019 y analizaremos la correlación entre cada variable como hemos hecho con anterioridad con los diferentes factores.

Tabla 8. Grupo de empresas, endeudamiento y liquidez.

	Empresa (CNAE 01)	Rentabilidad económica %	Endeudamiento (%)	Liquidez (%)
1	U.V.E. SA.	3,16	50,10	1,06
2	PIENSOS COSTA SA	10,39	60,55	1,55
3	CEFU SA	11,41	35,78	0,07
4	INGA FOOD SA	5,51	86,50	0,10
5	AGROPECUARIA DE GUISSONA S.C.L.	1,86	27,34	1,60
6	JUAN JIMENEZ GARCIA SA	6,99	71,66	0,66
7	PAVO Y DERIVADOS SA	4,19	32,48	1,33
8	AGROPECUARIA DEL CENTRO AGROCESA SA	16,71	51,33	0,56
9	GREENMED SL	1,53	80,53	0,57
10	CUARTE SL	7,47	77,97	0,28
11	HUEVOS GUILLEN SOCIEDAD LIMITADA	6,85	54,15	0,72
12	COPISO SORIA S.C.	3,62	70,63	0,42
13	LALLEMAND BIO SL	20,13	6,79	0,95
14	MOYCA GRAPES SL.	14,82	57,86	1,35
15	EL CIRUELO SL	10,3	69,05	1,14
16	BOVI SA	4,56	81,31	0,80
17	VIÑAOLIVA S. COOP	-0,56	79,49	0,18
18	ICPOR SORIA SL	6,58	81,93	1,00
19	PONDEX SA	7,97	38,38	0,27
20	AVICOLA DE LLEIDA SA	5,41	66,61	1,35
21	PRODUCTOS FLORIDA SA	1,94	75,59	0,52
22	DISTRIBUCIONES AVICOLAS VAZQUEZ SA	5,85	77,74	0,72
23	RODRIGUEZ SACRISTAN SL	4,23	81,38	0,83
24	AROFA SL	5,67	77,34	1,01
25	CHAMPINTER SOCIEDAD COOPERATIVA DE CASTILLA-LA MANCHA.	3,96	44,95	2,59

Fuente: Elaboración propia. Con datos del SABI El periodo analizado abarca desde el 2010 hasta el 2019.

Los resultados obtenidos después del análisis de la tabla 8 son, en primer lugar, una correlación entre la rentabilidad económica y el endeudamiento de **-0,463** lo que implica que cuanto más endeudadas están las empresas menor rentabilidad económica tienden a obtener. Por último, la relación obtenida entre a rentabilidad y la liquidez es de un **0,005** la cual, a pesar de ser positiva casi insignificante por lo que podríamos decir que la liquidez de las empresas no afectar o afectan en una medida muy marginal a la obtención de rentabilidad por parte de las empresas.

6. CONCLUSIÓN

Una vez analizada la situación, tanto a nivel sector como a nivel empresa, estamos en disposición de tomar algunas conclusiones.

En primer lugar, en el análisis realizado a nivel sector vimos que la rentabilidad tanto económica como financiera del sector primario difiere de la rentabilidad media nacional de los otros sectores. Como hemos visto se han confirmado las bases de la teoría de Estructura-Comportamiento-Resultado que defienden que las empresas de diversos sectores tienen estructuras diferentes y por eso toman decisiones estratégicas diferentes que las llevan a obtener unos datos de rentabilidad diferentes.

Posteriormente, gracias al análisis a través de las 5 fuerzas de Porter, se ha visto que en sector primario hay aspectos que pueden ser perjudiciales para la obtención de rentabilidad de las empresas que participan en él. A modo de conclusión, podemos afirmar que en el sector primario hay más competencia que en la media del resto de sectores, hay muchos productos sustitutivos y los productos tienden a ser homogéneos por lo que los proveedores (que son los empresarios que participan en el sector primario) tienen poder de negociación muy bajo, en cambio los clientes tienen alto poder de negociación ya que suelen ser grandes superficies que compran en grandes cantidades. Un aspecto positivo para los empresarios del sector analizado son las barreras de entrada que hay en el sector por los altos costes fijos que acarrea llevar a cabo la actividad económica. En contra partida de esta virtud están los competidores extranjeros que pueden llegar a producir con un menor coste debido, por ejemplo, a que el coste laboral sea menor que en España.

Por último, para finalizar el estudio del sector, pasamos a analizar la situación desde el nivel empresa. Desde este punto de vista, agrupando un grupo de 25 empresas y sus datos de rentabilidad, hemos comprobado cómo afectan varios recursos (los podemos considerar factores explicativos) a la rentabilidad de las empresas analizadas. Los factores analizados fueron la experiencia (medida a través de los años de vida de cada empresa), el tamaño (medido a través del activo y el número de empleados) y la estructura financiera de la empresa (medido a través de los ratios de endeudamiento y liquidez). Gracias a haber estudiado diversos factores, hemos podido comprobar que hay algunos que pueden afectar positivamente a la obtención de rentabilidad (los que los empresarios del sector primario deberían potenciar en sus empresas) y en cambio hay otros que afectan de manera negativa. Cabe destacar que también se pone de manifiesto que hay factores que son muy poco relevantes, casi insignificantes a la hora de influir en la rentabilidad económica de las empresas

7. BIBLIOGRAFÍA

Amat, O. (2005) 'Claves del análisis de empresas', *Universitat Pompeu Fabra*, 2, pp. 13–51.

Ángel, L. *et al.* (2015) 'Teoría y aplicaciones'.

Bain, J. (1951). The Relation of profit Rate to Industry Concentration, *American Manufacturing, 1936-1940*, *Quarterly Journal of Economics*, vol.65 (3), pp.293-324.

Baird, P. L. (1997) 'Industrial structure, conduct and performance: Evidence from corporate combinations', *Managerial Finance*, 23(3), pp. 3–18.

Barney, Jay B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, Vol.17, Pp. 99–120

Cortés-Romero, A. M., Rayo-Cantón, S. and Lara-Rubio, J. (2007) 'Modelo explicativo de la rentabilidad financiera', p. 24.

EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA de RAVEL, Robert de: (1972) | Librería Sagasta (no date). Obtenido en: <https://www.iberlibro.com/servlet> (Fecha consulta: 11 de Junio 2020).

García Jiménez, D. (2009) 'La Capacidad Innovadora De La Empresa Y Su Interacción Con La Rivalidad Interna De La Industria Como Factores Determinantes De La Rentabilidad En Un Contexto De Crisis Económica', p. 159. doi: ISBN: 978-84-693-1123-3.

Gibrat, R. (1931). *Les inégalités économiques*. París: Dunod.

González, J. I. *et al.* (2000) 'Contribución del tamaño y el sector en la explicación de la rentabilidad empresarial', *Revista Espanola de Financiacion y Contabilidad*, 29(106), pp. 903–930.

Grant, R. M. (1996) 'Dirección Estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones'.

Ibarra Mirón, S. and Suárez Hernández, J. (2002) 'La teoría de los recursos y las capacidades: un enfoque actual en la estrategia empresarial', *Anales de estudios económicos y empresariales*, (15), pp. 63–89.

Indicadores, I. A. D. E. (2018) 'Informe anual de indicadores'.

Issn, P. (2003) 'El Entorno Empresarial Y La Teoría De Las Cinco Fuerzas Competitivas.', 3(23), pp. 61–66. doi: 10.22517/23447214.7385.

Lelissa, T. B. and Kuhil, A. M. (2018) 'The Structure Conduct Performance Model and Competing Hypothesis- a Review of Literature The Structure Conduct Performance Model and Competing', *Research Journal of Finance and Accounting*, 9(1), pp. 76–89.

Martín de Castro, G. (2004) 'Análisis estratégico de la reputación empresarial: un enfoque desde la Teoría de Recursos y Capacidades', *Icade: Revista de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*, (63), pp. 317–326.

Martínez Álvarez, J. A. *et al.* (2013) 'Características del sector agrario español en el marco de la Unión Europea', *Papeles de trabajo del Instituto de Estudios Fiscales. Serie economía*, (13), pp. 3–39.

Mason, E. (1939). Price and Production Policies of Large-Scale Enterprise. *American Economic Review*, 29(1), pp.61–74

Porter, M. E. (1982) *Estrategia Competitiva para el análisis y de la competencia*.

Raible, M. (2013) 'Industrial Organization theory and its contribution to decision-making in purchasing', *2nd IBA Bachelor Thesis Conference*, pp. 1–13. Obtenido en: <http://essay.utwente.nl/64302/>.

Sanchez, A. (1994) 'La Rentabilidad Economica Y Financiera de la Gran Empresa Española', *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, XXIV N° 78, p. 159 179.

Sánchez Ballesta, J. P. (2002) 'Análisis de Rentabilidad de la empresa', *Análisis Contable*, pp. 1–24. Obtenido en: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr>.

Teoría de los Recursos (Penrose) . Obtenido en: <https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2006/elti/1d.htm> (Fecha de consulta: 11 de Junio de 2020).

Wernerfelt, B. (1984) 'Harmonised implementation of Application-Specific Messages (ASMs)', *Strategic management journal*, CINCO(2), pp. 1–12..

OTRAS FUENTES CONSULTADAS:

- Instituto Nacional de Estadística. (INE)
- Sistema de Análisis de Balances Ibéricos. (SABI)
- Kantarworldpanel.com