

FINANCIACIÓN, INTERNACIONALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD



Joaquín Melgarejo Moreno
y Ricardo Abadía Sánchez
(Eds.)

AYUNTAMIENTO DE ORIHUELA
UNIVERSIDAD DE ALICANTE

FINANCIACIÓN,
INTERNACIONALIZACIÓN
Y SOSTENIBILIDAD

FINANCIACIÓN, INTERNACIONALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

Joaquín Melgarejo Moreno
y Ricardo Abadía Sánchez
(Eds.)

AYUNTAMIENTO DE ORIHUELA
UNIVERSIDAD DE ALICANTE

© los autores, 2019
© de esta edición: Ayuntamiento de Orihuela y Universidad de Alicante

ISBN: 978-84-1302-066-2
Depósito legal: A 579-2019

Composición, impresión y encuadernación:
Quinta Impresión

Reservados todos los derechos.
Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación
de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares,
salvo excepción prevista por la ley.
Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org)
si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	10
PRÓLOGO	13
CAPÍTULO 1.	
AGLOMERACIÓN ESPACIAL DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA EN ESPAÑA	17
José Miguel Giner Pérez y María Jesús Santa María Beneyto <i>Departamento de Economía Aplicada y Política Económica, Universidad de Alicante</i>	
CAPÍTULO 2.	
LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR AGROALIMENTARIO	41
Silverio Alarcón <i>Departamento de Economía, Sociología y Política Agraria, Universidad Politécnica de Madrid</i>	
CAPÍTULO 3.	
CATÁLOGO VALENCIANO DE VARIEDADES TRADICIONALES DE INTERÉS AGRARIO	47
Joaquín Parra Galant <i>Estación Experimental Agraria de Elche, Servicio de Transferencia de Tecnología</i>	
CAPÍTULO 4.	
DESARROLLO DE LA HERRAMIENTA CLUSTER: CLUSTER AGROALIMENTARIO DE LA HUERTA DE ORIHUELA Y LA VEGA BAJA	51
José Luis Hervás Oliver <i>Departamento de Organización de Empresas, Universidad Politécnica de Valencia</i> Margarita Brugarolas Molla-Bauza <i>Departamento de Economía Agroambiental, Ingeniería Cartográfica y Expresión Gráfica en la Ingeniería de la Escuela Politécnica Superior de Orihuela, Universidad Miguel Hernández</i>	

CAPÍTULO 5.

LOS SEGUROS AGROPECUARIOS EN ESPAÑA 61

Joaquín Melgarejo Moreno y M^a Inmaculada López Ortiz

Departamento de Análisis Económico Aplicado, Universidad de Alicante

CAPÍTULO 6.

LOS SEGUROS AGRARIOS EN LA PROVINCIA DE ALICANTE 87

Antonio Gascón Andújar

Responsable de Seguros Agrarios ASAJA Alicante - Jóvenes Agricultores

Ramón Espinosa Sáez

Secretario Técnico ASAJA Alicante - Jóvenes Agricultores

CAPÍTULO 7.

**IMPORTANCIA DEL SECTOR ORNAMENTAL EN LA COMUNITAT
VALENCIANA: OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS**

A LOS QUE SE ENFRENTA 105

María Ángeles Fernández-Zamudio

*Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias, Centro para el Desarrollo
de la Agricultura Sostenible (CDAS).*

Amparo Melián Navarro

Departamento de Economía Agroambiental, Universidad Miguel Hernández

CAPÍTULO 8.

EL DESAFÍO AGROALIMENTARIO 119

Patricia Fernández Aracil

Instituto Universitario del Agua y de las Ciencias Ambientales, Universidad de Alicante

CAPÍTULO 8

EL DESAFÍO AGROALIMENTARIO

Patricia Fernández Aracil

Instituto Universitario del Agua y de las Ciencias Ambientales, Universidad de Alicante

1. INTRODUCCIÓN

Población creciente, fenómenos meteorológicos extremos, riesgos naturales, oscilación de los mercados, competencia desequilibrada, escasez de recursos naturales, factores productivos cambiantes... todos estos elementos forman parte de una lista de adversidades cuyo incremento no cesa. La combinación de los diferentes ingredientes de una misma receta determinará el resultado final de cada proceso, ya sea el más adecuado para los intereses de la sociedad o el menos deseado. Así se plasma en el estudio del World Economic Forum (2017), donde se reflejan cuatro escenarios futuros del sector agroalimentario a partir de la situación actual en cuanto a: demanda de alimentos, cambios en la demanda, volatilidad del mercado y presión sobre los recursos.

Según este mismo estudio, citado previamente y desarrollado por el Foro Económico Mundial junto con Deloitte, los sistemas alimentarios dibujan cuatro posibles desenlaces en función de la mayor o menor conectividad de los mercados y de la velocidad de consumo de nuestros recursos, identificados por cada uno de los siguientes titulares:

1. Consumo incontrolado.
2. Supervivencia de los más ricos.
3. Transición de lo mundial a lo local.
4. Sostenibilidad de código abierto.

Así, se esboza un compendio de mensajes clave que requieren una atención urgente por parte del sector privado, los gobiernos y la sociedad civil (World Economic Forum, 2017): el consumo, influido por el contexto, propiciará o deteriorará tanto la salud, como la sostenibilidad a escala mundial; disponer de alimentos nutritivos y sostenibles en cada plato exige un replanteamiento fundamental de sus sistemas de producción; el cambio climático afectará a todos los escenarios futuros y supone una amenaza que no puede pasar desapercibida; muy probablemente, las dinámicas de los sistemas alimentarios exacerben la desigualdad tanto entre naciones como en el seno de cada una de estas; las tecnologías de

la cuarta revolución industrial, así como otras innovaciones que estén por llegar, pueden revolucionar los sistemas alimentarios, pero pueden plantear también nuevos desafíos; con todo ello, nuestras elecciones, ya sean a través de la acción o la inacción, van a determinar el desenlace de nuestra historia agroalimentaria.

2. UNIDAD ALIMENTARIA: MERCASA

Mercasa es una empresa pública, creada en 1966, de capital íntegramente estatal: Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) y Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación a través del Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA), cuyo papel es fundamental en el sector de la alimentación (Mercasa, 2019). Presta un servicio público al conjunto de la cadena alimentaria, centrado principalmente en el escalón mayorista de alimentación fresca. De forma progresiva se ha ido ampliando la Red de Mercas en las principales capitales españolas, promovidas por Mercasa y gestionadas junto a los respectivos ayuntamientos. En la zona del Sureste de España coexisten Mercalicante y Mercamurcia, alcanzando a casi cuatro millones de habitantes.

Las características comunes de la Red de Mercas son: conseguir en conjunto ser centros de distribución logística alimentaria especializada y profesional; concentrar productos y servicios de abastecimiento de productos agroalimentarios; facilitar las compras de diversos productos de alimentación específicos; ser garantes de una comercialización transparente de productos frescos; facilitar servicios a la distribución, tales como frío, envasado o logística; y complementar las transacciones con los adecuados servicios de financieros, restauración, consumibles, abastecimiento de combustibles, reparaciones o aparcamientos para facilitar la logística.

Según las últimas cifras disponibles de Mercasa (en la fecha de redacción de este capítulo), referidas al año 2017 (Rubio-Aroca, 2018), el total de las ventas de la Red de Mercas ascendieron a 6,1 millones de toneladas, de las cuales un 54% se corresponde con frutas, un 32% con hortalizas y un 14% con patatas. Así, el valor económico total Red de Mercas asciende a 6.300 millones de euros, de los cuales los productos procedentes de la Comunidad Valenciana suponen 920 millones de euros (15%), aunque, en peso, la Comunidad Valenciana aporta el 20% de todos los productos hortofrutícolas que se venden en la Red de Mercas, en torno a un millón de toneladas. Por otra parte, contabilizando sólo los productos procedentes de la provincia de Alicante, éstos suponen un valor económico de 190 millones de euros (lo que equivale a un 3% sobre conjunto nacional y un 20% con respecto al conjunto de la Comunidad Valenciana).

Centrándonos en el mercado frutal, las ventas en la Red de Mercas alcanzaron en 2017 un total de 3,3 millones de toneladas. Un 70-75% de origen nacional y el resto importación, siendo el valor de su facturación de 3.900 millones de euros. La Comunidad Valenciana aportó 750.000 toneladas, casi una tercera parte de toda la oferta nacional (por encima de un 20% incluyendo las importaciones), con un valor económico es de 740 millones de

euros. La provincia de Alicante aporta unas 100.000 toneladas de fruta, entre un 3 y 4% de la oferta de la Red nacional y un 15% respecto al total de la Comunidad Valenciana, cuyo valor económico asciende a unos 140 millones de euros. Las frutas más relevantes de la provincia alicantina son la granada, con una posición dominante, representando un 65% del total nacional, además de los nísperos (con una cuota de un 45% procedentes de Alicante) y las uvas de mesa (cuota del 40%).

En cuanto a las hortalizas, las ventas en la Red de Mercas en 2017 ascendieron a 2 millones de toneladas, de procedencia nacional casi en su totalidad. El valor de la facturación superó los 2.000 millones de euros, ocupando la Comunidad Valenciana la segunda posición en cuanto al origen de las hortalizas vendidas en la Red de Mercas, tras Andalucía. Las ventas anuales de hortalizas de la Comunidad Valenciana en la Red de Mercas ascienden a 202.000 toneladas (un 10% del total), con un valor de 166 millones de euros. Las hortalizas procedentes de la provincia de Alicante se aproximan a 40.000 toneladas, con un valor económico de unos 40 millones de euros. Por productos, destaca la cuota de la Comunidad Valencia en la alcachofa (representando casi un 40% de la oferta final), el cardo (50%), así como cebolla, calabaza, haba, apio y col, con cuotas de entre un 15-20%, siendo de un 10% para lechuga y brócoli o de un 5% para los casos de tomate, pepino, berenjenas y calabacín.

Las ventas de patatas en la Red de Mercas ascendieron a unas 870.000 toneladas anuales, repartidas a parte iguales entre el producto nacional y el de importación, con un valor de unos 350 millones de euros. La Comunidad Valenciana aportó unas 38.000 toneladas, un 4% de cuota nacional.

Es importante destacar que los agricultores pueden vender de forma directa sus productos en la Red de Mercas, en espacios habilitados para ello, vendiendo cada año de esta forma unas 100.000 toneladas de hortalizas en España. Así, casi un 45% de las ventas directas en la Red de Mercas son de agricultores en Mercavalencia (36.000 toneladas), Mercalicante (1.600 toneladas) y Mercamurcia (400 toneladas), que canalizan sus productos de forma comprometida con la seguridad alimentaria, la trazabilidad de los productos, la transparencia en los mercados, las buenas prácticas comerciales, la innovación tecnológica, la gestión medioambiental, la responsabilidad social y el desarrollo sostenible.

3. FINANCIACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

La financiación es esa palanca capaz de incentivar que el esfuerzo ejercido por los productores transcurra por un camino más o menos tortuoso hasta lograr el tan anhelado desarrollo socioeconómico sostenible propio y del entorno. Son diversas aquellas entidades financieras que viran su rumbo, en la actualidad y desde los últimos años, hacia la implementación de mecanismos cuyo compromiso social corporativo pretenda estar casi al mismo nivel de sus objetivos empresariales.

También, está advirtiendo el sector financiero las nuevas necesidades de los profesionales agroalimentarios: la constante modernización, la inversión en investigación y transferencia tecnológica, la creciente pujanza de la agricultura ecológica y la fluida incorporación de los jóvenes. Desde el punto de vista institucional, en los procesos de internacionalización, defensa, promoción y representación de las frutas y las hortalizas producidas en Europa, se ha consolidado FruitVegetablesEUROPE (entidad antes conocida como EUCOFEL) como la principal asociación en ese sentido, con sesenta años de historia. Tiene su sede en Bruselas y permite dotar de voz a los sectores implicados ante las instituciones europeas, contando con miembros procedentes de los principales países productores europeos: Francia, Alemania, Grecia, Italia, Polonia, Portugal y España.

Los principales campos de actuación de FruitVegetablesEUROPE son: monitorizar y analizar los desarrollos de las políticas y del comercio en el sector de las frutas y los vegetales; informar y prever a los miembros sobre cuestiones que requieran especial atención; coordinar los puestos y las actuaciones de las diferentes asociaciones nacionales y regionales que forman parte de los asociados a la entidad; representar, defender y promover los intereses de los miembros ante la política europea y otras asociaciones internacionales; facilitar las redes de trabajo y los contactos profesionales entre los diferentes grupos de interés del sector; y proveer de un servicio de atención a las necesidades de los miembros, como cuestiones específicas o encuentros bilaterales con instituciones europeas.

Considerando los datos de FruitVegetablesEUROPE del año 2016, el sector europeo de las frutas y las hortalizas constituye el 20,5% del peso de la producción agrícola europea (hortalizas 13,7% y frutas 6,8%). En cuanto a la fracción de las hortalizas, España es el segundo productor europeo en términos de valor económico (después de Países Bajos), pero el primero en términos producción frutal, computando un 33,4% del valor económico europeo (Figura 1).

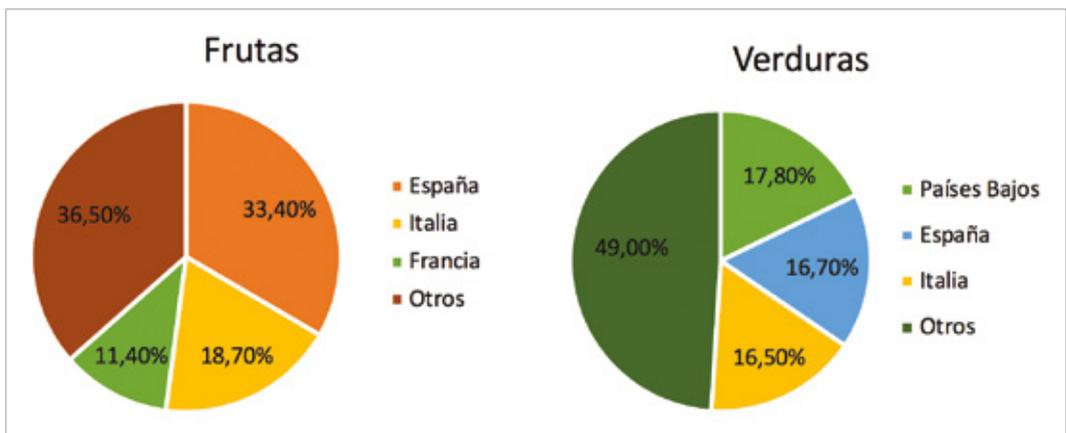


Figura 1. Principales productores europeos de frutas (izquierda) y verduras (derecha) de 2016 en términos de valor económico generado. Fuente: Ridao-Bouloumié (2018).

Así, el peso más importante de hortalizas cosechadas viene representado por los tomates, mientras que en el ámbito de las frutas son las manzanas las que adquieren el protagonismo en las cosechas europeas (Figura 2). España se encuentra entre los tres primeros puestos de productores europeos en el caso de seis productos seleccionados, como son: melocotones, fresas, cerezas, tomates, pepinos y calabacines.

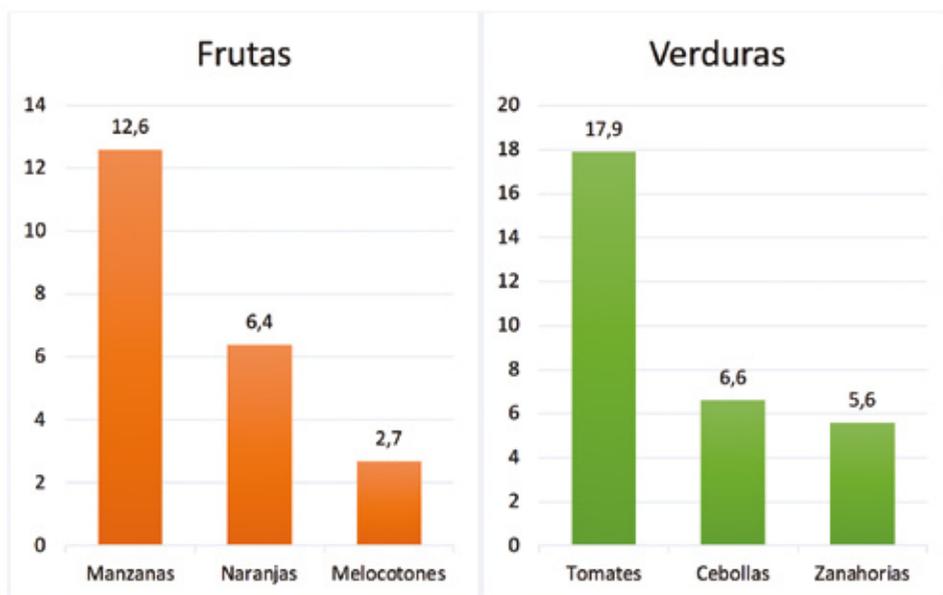


Figura 2. Principales productos europeos de frutas (izquierda) y verduras (derecha) de 2016 (en millones de toneladas cosechadas). Fuente: Ridao-Bouloumié (2018).

Por otro lado, desde la perspectiva tecnológica, son múltiples los procesos y técnicas implicados en la internacionalización del sector, si bien cabe destacar la importancia de la fase post-recolección, que es la encargada del estudio y desarrollo de las técnicas necesarias para mantener la calidad y la seguridad de las frutas y hortalizas a lo largo de toda la cadena alimentaria, desde la recolección hasta su consumo, adecuando los vegetales frescos a las normas de calidad para su comercialización, así como a las necesidades y requisitos de sus clientes (técnicas de manipulación, envasado, condiciones de almacenamiento, control de enfermedades y desarrollo nuevos productos, como pueden ser la cuarta y la quinta gama). Su importancia deriva en que permite al sector hortofrutícola posicionar y revalorizar sus productos en los mercados internacionales, ya que los consumidores relacionan determinadas frutas y hortalizas e incluso marcas de una determinada zona con la máxima calidad sensorial, como saludables, seguras, sostenibles, e incluso con la facilidad de uso y consumo, factores que determinarán los resultados comerciales frente a la exigencia y calidad requerida del mercado exterior (Guillén et al., 2015).

Pero la clave del éxito en la internacionalización de los productos agroalimentarios, tras analizar diversos casos de estudio de empresas de la provincia de Alicante, se encuentra en la mezcla perfecta de los ingredientes del cóctel: calidad, tradición, innovación, compromi-

so con el respeto por el medio ambiente, diversificación en productos y mercados, producción eficiente, trazabilidad, inversión en equipamientos, capital social, garantía en seguridad alimentaria, envasado sostenible, valor añadido con poder diferenciador, así como el servicio local y cercano en el trato a un cliente global y territorialmente distanciado.

En particular, una empresa tal como Carmencita mira hacia el futuro de los procesos de expansión e internacionalización destacando su idea de priorizar la gestión de los intangibles, tales como la marca, la reputación y la responsabilidad social.



Figura 3. Evolución de los envases de especias de Carmencita. Fuente: Jesús Navarro S.A., Carmencita.

4. SOSTENIBILIDAD

Es el concepto recurrente –sostenibilidad, cuántas veces escuchada–, pero imprescindible. Todos queremos vivir bien sin comprometer con ello la continuidad del planeta en su conjunto, contando con sus recursos naturales y su sociedad. Esta idea también ha repercutido en el sector agroalimentario a lo largo de los años desde la década de los ochenta, evolucionando desde el punto de vista más crítico inspirado en la política Marxista (Lamine et al., 2019), hasta los enfoques manejados en la actualidad, cuyo eje central estudia las relaciones de poder de su cadena de valor (Fernández-Aracil, 2017), todo ello pasando por paradigmas más optimistas de desarrollo rural tales como la agroecología (Levidow, 2015).

A día de hoy, dos nuevas teorías acompañan a los estudios sobre la sostenibilidad del sector agroalimentario, complementarias a la visión más ecológica de la cuestión: la denominada democracia alimentaria, que pretende que consumidores, productores y ciudadanos formen parte de la toma de decisiones en los sistemas agroalimentarios; y la

llamada justicia alimentaria, mediante la cual diversos grupos sociales pueden ser incluidos o excluidos de los beneficios de la transición de los sistemas agroalimentarios hacia la sostenibilidad (Lamine et al., 2019).

En paralelo, el explosivo incremento de información acerca de la sostenibilidad ambiental en el sector agroalimentario, frecuentemente poco coordinada, ha creado nuevas formas de ignorancia (denominadas meta-ignorancia) que disminuyen la efectividad de dicha información sobre la toma de decisiones e incrementa, a su vez, la entropía de la economía institucional y civil; ello conlleva unos elevados costes de transacción para poder alcanzar información efectivamente relevante y supone una amenaza para la buena gobernanza de los sistemas agroalimentarios (Ge y Brewster, 2016).

5. CONCLUSIONES

La realidad cambiante de los sistemas agroalimentarios y de su demanda, las dificultades financieras o las prácticas insostenibles nos advierten la presencia de retos constantes en el sector. No obstante, ante cualquier desafío, surgen nuevas oportunidades que hemos de aprovechar considerando el conocimiento adquirido de la experiencia y de la adversidad como un valor añadido.

Sin ir más lejos, la implementación completa de esquemas de economía circular está todavía pendiente de ser desarrollada, existiendo un nicho de oportunidad en fomentar estrategias de negocio sostenibles basadas en la logística inversa y la reutilización de productos, evitando así el desperdicio de toneladas diarias de género no apto para la venta o de toda suerte de productos desechados. Canalizar adecuadamente esos flujos de retorno hacia su uso provechoso es un objeto de estudio urgente y de aplicación inaplazable.

REFERENCIAS

- FERNÁNDEZ-ARACIL, P. (2017). Reflexiones y propuestas sobre el sector agroalimentario. En: R. Abadía y J. Melgarejo, *El sector agroalimentario: Sostenibilidad, cooperación y expansión*, 259-270. Ayuntamiento de Orihuela y Universidad de Alicante, Alicante.
- GE, L. AND BREWSTER, C.A. (2016). Informational institutions in the agrifood sector: meta-information and meta-governance of environmental sustainability. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 18, 73-81.
- GUILLEN, F., CASTILLO, S., VALERO, D., ZAPATA, P.J., MARTÍNEZ-ROMERO, D. DÍAZ-MULA, H.M., AND SERRANO, M. (2015). Use of modified atmosphere packaging improves antioxidant activity and bioactive compounds during postharvest storage of 'Collar' figs. *Acta horticulturae*, 1071, 263-268.
- LAMINE, C., DARNHOFER, I. AND MARSDEN, T.K. (2019). What enables just sustainability transitions in agrifood systems? An exploration of conceptual approaches using international comparative case studies. *Journal of Rural Studies*, 68, 144-146.

LEVIDOW, L. (2015). European transitions towards a corporate-environmental food regime: agro-ecological incorporation or contestation? *Journal of Rural Studies*, 40, 76-89.

MERCASA. (2019). <https://www.mercasa.es>

RIDAO-BOULOUMIÉ, A. (2018). Ponencia presentada en III Symposium del Sector Agroalimentario de la Vega Baja, El acceso a los mercados de Frutas y Hortalizas en Europa (FruitVegetablesEUROPE).

RUBIO-AROCA, R. (2018). Ponencia presentada en III Symposium del Sector Agroalimentario de la Vega Baja, Los productos hortofrutícolas de la Vega Baja en la Red de Mercas (Mercasa).

WORLD ECONOMIC FORUM. (2017). *Shaping the future of global food systems: a scenarios analysis*. World Economic Forum, Cologny/Geneva.