

INTRODUCCIÓN

LAS CADENAS DE VALOR GLOBALES Y EL SECTOR AGROALIMENTARIO

José Ángel Aznar Sánchez
Universidad de Almería

El sector agroalimentario ha sido uno de los que más transformaciones ha experimentado en las últimas décadas. El proceso de globalización y liberalización comercial ha ido conformando un escenario de gran complejidad que resulta difícil de analizar bajo el tradicional prisma de los sectores productivos, de manera que ha surgido una nueva unidad de análisis (la cadena de valor) que permite realizar una aproximación holística a estas transformaciones. El concepto de cadena de valor engloba a todos los agentes económicos que intervienen en el proceso de suministro desde que el producto es obtenido hasta que llega al consumidor final. La cadena de valor permite analizar las interrelaciones existentes entre los distintos eslabones y actividades contribuyendo a superar la visión fragmentaria del proceso. Esto resulta especialmente útil para analizar el actual sector agroalimentario, que se caracteriza por trabajar con producciones de diferentes calidades obtenidas en distintos países por empresas/productores muy heterogéneos.

Adicionalmente, estudiar el funcionamiento de las cadenas de valor resulta fundamental para entender el modo en el que los productos pueden acceder a mercados cada vez más globales, las estrategias de aprovisionamiento y suministro que siguen los compradores globales y su papel en la configuración de las formas de producción. Así, la centralización creciente de las decisiones de compra ha contribuido a incrementar exponencialmente la capacidad negociadora de la gran distribución frente a los restantes eslabones de la cadena de valor. Esta posición de dominio de la gran distribución dentro de la cadena de valor agroalimentaria ha jugado y está jugando un papel decisivo en la concentración en origen y sitúa a los operadores que no alcanzan las condiciones/dimensiones necesarias a mercados más estrechos o incluso marginales.

Dadas estas premisas, el objetivo de este número 4 de los *Cuadernos de Estudios Agroalimentarios* de la Fundación Cajamar es proporcionar una visión general sobre las principales cuestiones relativas a la configuración de las cadenas de valor globales tratando de contribuir al mejor conocimiento de esta temática. Se ha dado cabida a un amplio abanico de investigadores que han realizado sus análisis desde distintos enfoques complementarios que ayudan a mejorar la aportación de este monográfico. Los artículos que lo integran cubren diferentes localizaciones geográficas y sectores productivos que ofrecen un panorama amplio y equilibrado de la cadena de valor agroalimentaria. Además, los autores invitados han realizado un gran esfuerzo analítico y sintético tratando de mostrar la situación actual y perspectivas de su ámbito de estudio, lo que dota al volumen de un valor adicional.

El contenido del monográfico se puede agrupar en tres grandes bloques. En el primero estarían un grupo de aportaciones que realizan una aproximación global a las cadenas de valor agroalimentarias. La primera analiza las redes de cadenas de valor como instrumento de análisis del sistema alimentario; la segunda estudia la estrategia de la gran distribución y su incidencia en la cadena de producción; la tercera aborda los estándares de seguridad de las cadenas de valor globales; y, por último, la cuarta analiza el caso concreto de la incidencia de la cadena de valor en la configuración de los diferentes subsectores de la agricultura marroquí.

Abriendo el primer bloque, **Isabel de Felipe**, **Teresa Briz** y **Julián Briz** realizan una aproximación teórica a las redes de cadena de valor como instrumento de análisis del sistema alimentario. Exponen la evolución histórica de la cadena de valor y sus consecuencias en otros aspectos como los costes o la logística. Estudian la dinámica seguida por el flujo de alimentos y servicios que ha pasado del autoabastecimiento a la conformación de cadenas de valor globales. Presentan los distintos escenarios de desarrollo de las cadenas de valor y sus posibles efectos sobre la competencia entre los productores/suministradores y las estrategias de adaptación. Para este análisis de las cadenas de valor presentan unos Indicadores Clave de Funcionamiento (sociales, económicos, medioambientales, gobernanza, competitividad, externalidades) que permiten contrastar los puntos fuertes y débiles de unas sobre otras. Por último, apuntan la existencia de lagunas significativas en este “paradigma provisional” por falta de seguimiento en todos los eslabones. **Alicia Langreo Navarro** aborda la influencia de la estrategia de la gran distribución en la configuración del sistema alimentario durante el último tercio del siglo XX y la primera década del XXI, se-

ñalando las etapas claves con especial incidencia en España. Así hace un recorrido desde las primeras cadenas al auge de los hipermercados para acabar en la actual configuración de la gran distribución. Señala los hitos principales de la gran distribución y de su relación con la cadena de producción de alimentos para comprender adecuadamente la situación y tendencias actuales. Apunta los cambios detectados en la estrategia de la gran distribución ante la crisis económica de los últimos años. Y, finalmente, expone los efectos de la estrategia de la gran distribución sobre los principales subsectores del sistema alimentario (aceite de oliva, frutas y hortalizas, lácteos, carnes y pescados, quesos y embutidos, y vinos). **Cristina Grazia** y **Abdelhakim Hammoudi** abordan la cuestión de los estándares de seguridad alimentaria en las cadenas de valor globales. Proporcionan una breve visión general sobre el marco conceptual de los estándares de seguridad alimentaria y la justificación de las iniciativas privadas de seguridad en las cadenas agroalimentarias. Presentan la heterogeneidad existente en los estándares de seguridad ya que de una parte están los que imponen los mercados/países de destino; y de otra, los que crecientemente están surgiendo de iniciativas privadas a nivel internacional. Esta diversidad de estándares a los que se tienen que enfrentar los productores se puede observar tanto en los países como en los segmentos de mercado, tanto a nivel regional como internacional. También analizan las principales cuestiones económicas relativas a este ámbito de investigación deteniéndose en sus efectos sobre la competencia internacional de las cadenas de suministro y los sistemas de producción, su legitimidad económica y sus efectos de inclusión/exclusión de los productores. Por último, realizan una interesante aproximación a la cuestión de la sustituibilidad de las regulaciones públicas por los estándares privados. **Rachid Hamimaz** analiza el cambio en la cadena de valor de los productos agrícolas de Marruecos prestando especial atención a la cuestión del acceso de los pequeños productores al comercio moderno. La nueva política agrícola de Marruecos (*Plan Verde*) se apoya especialmente sobre el desarrollo de sectores agrícolas autóctonos al objeto de promover el desarrollo de la pequeña agricultora marginal. El autor señala las oportunidades existentes en el mercado nacional y en los mercados de exportación. Sin embargo, también apunta la existencia de numerosos obstáculos socioeconómicos, institucionales y culturales que pueden limitar el desarrollo de estas producciones destacando la fragilidad del movimiento cooperativo. Para superar todas estas restricciones plantea toda una serie de actuaciones que se deben acometer por parte de los responsables institucionales y el sector privado. Finalmente, señala los ámbitos de intervención prioritarios para tratar de lograr un adecuado acceso de los pequeños productores al comercio moderno.

Un segundo bloque estaría compuesto por tres artículos que analizan el sector del aceite de oliva español. Estos estudios resultan muy oportunos y aleccionadores al poner de manifiesto las negativas consecuencias derivadas de un mal posicionamiento en la cadena de valor. Así, aunque el sector dispone de un elevado nivel de producción concentrada territorialmente, la gran dispersión de oferentes le lleva a tener una reducida capacidad de negociación con los actores que controlan las siguientes fases de la cadena de valor. Este débil posicionamiento del sector productor limita sus posibilidades de desarrollo y pone en riesgo la viabilidad económica de numerosas explotaciones y empresas. Sin embargo, se están comenzando a emprender una serie de actuaciones que tratan de reequilibrar la asimetría actualmente existente en las relaciones en la cadena de valor. Aquí se presentan dos de las más destacadas: de una parte, el caso del Grupo Hojiblanca; y de otra, la Denominación de Origen Protegida de Estepa.

Juan Carlos Rodríguez Cohard y **Manuel Parras Rosa** estudian los canales de comercialización de los aceites de oliva españoles. Esta cuestión adquiere una relevancia estratégica de primer orden al condicionar la viabilidad futura de una gran parte del sector. Los autores presentan la evolución y situación actual de la producción de los aceites de oliva en España. Posteriormente, analizan los canales de comercialización desde sus mercados de origen hasta el consumidor final, mostrando cuáles son los diferentes equilibrios que marcan el rumbo del negocio. Destacan que la escasa orientación al mercado del sector productor debilita las posibilidades de una mayor rentabilidad de los productores, al vender la mayor parte de la producción a granel, tanto en el mercado nacional, como en los mercados exteriores. Finalmente, ofrecen unas conclusiones con algunas de las posibilidades que podían darse para mejorar las alternativas de comercialización en beneficio de los agricultores locales y del consumidor final. **María Jesús Hernández Ortiz**, **Alfonso Miguel Márquez García** y **Cristina Pedrosa Ortega** analizan la estrategia que ha seguido el grupo cooperativo Hojiblanca. Presentan la trayectoria que ha seguido este grupo hasta conseguir mejorar su posición en la cadena de valor agroalimentaria y lograr un mayor equilibrio. El artículo se inicia con la descripción de la situación del sector del aceite de oliva en la actualidad, planteando a continuación el importante papel de las sociedades cooperativas en la búsqueda del equilibrio de la cadena agroalimentaria. Seguidamente analizan el caso del Grupo Hojiblanca como referente de éxito en la integración estratégica, en el compromiso de protección al socio y en un crecimiento sostenido basado en la tecnología, calidad y comercialización en común. Así, este grupo se ha convertido en menos de una década en el mayor productor mundial de aceite de oliva virgen y aceitunas, siendo las claves de su gestión la cooperación con otras empresas y la internacionalización. Finalmente, plantean los desafíos más importantes a los

que se enfrenta el grupo y sus perspectivas futuras. **M. David García Brenes** y **Javier Sanz Cañada** presentan las alternativas que pueden emprender los sistemas oleícolas locales para llevar a cabo estrategias de agregación de valor a través del estudio de la Denominación de Origen Protegida (DOP) de Estepa, que está impulsando la producción de aceite de excelente calidad y la comercialización en común de aceites a granel y envasados. Los autores analizan las coordenadas económicas de la cadena de valor del aceite de oliva español al objeto de situar este estudio de caso en una problemática sectorial y económica muy restrictiva. Presentan un análisis de la rentabilidad económica que obtienen los diferentes tipos de explotaciones de olivar de la DOP de Estepa. Examinan la gobernanza sectorial a escala local en esta DOP así como las estrategias de comercialización del aceite. Realizan una estimación de las rentas de diferenciación que Oleoestepa obtiene con la comercialización del aceite a granel y envasado en el mercado de origen. Y finalmente, exponen la estrategia seguida por Oleoestepa basada en ir apostando progresivamente por diversificar las canales de comercialización del aceite envasado.

En el tercer bloque se recogen dos estudios que analizan el sector hortícola español y mexicano. Estos dos sectores tiene un desafío común ya que ambos se enfrentan a un enorme poder de negociación de las grandes cadenas de distribución que lleva a que muchos horticultores ni siquiera puedan cubrir sus costes de producción. Ante esta situación la respuesta ha sido de diferente magnitud. Así, en el caso español hasta el momento se ha limitado al lento inicio de un proceso de concentración de la oferta, mientras que en el caso de México ha sido mucho más activa al apostar por avanzar en la integración vertical hacia arriba a través de la creación de sus propias empresas de distribución en el mercado estadounidense.

Juan Carlos Pérez Mesa, **Emilio Galdeano Gómez** y **Tamara María González Hernández** analizan la influencia de la distribución detallista de Alemania en el sector exportador hortícola español. Estudian cómo la estructura del sector importador y de consumo de hortalizas en Alemania condiciona las posibilidades de actuación de las empresas proveedoras. Para este análisis, en el origen toman como referencia el sector comercializador de la provincia de Almería; y en destino consideran el caso concreto del abastecimiento comercial del grupo de distribución Edeka. Estudian el mercado de importación de Alemania, así como los diferentes escalones de la cadena comercial ahondando en la problemática más relevante de la relación proveedor-cliente. El análisis permite poner de manifiesto la dificultad de establecer una relación de beneficio mutuo entre los exportadores y la gran distribución alemana; y como la consolidación

del formato *discount* en este país acentúa la negociación de precios a la baja por parte de la gran distribución al poder aprovechar las carencias de organización en origen. **Carlos Javier Maya Ambía** analiza el caso de la horticultura de México en el sistema de distribución de los Estados Unidos. Estudia la manera en que los horticultores mexicanos han mejorado su posición competitiva en su principal mercado externo buscando estar presentes en el nodo de distribución de la cadena global de valor de los productos hortícolas. Identifica los principales nodos o eslabones que forman la cadena de valor de los productos hortícolas entre México y Estados Unidos. Pone de manifiesto la asimetría de precios existente entre los pagados por el consumidor final de hortalizas en Estados Unidos y los precios pagados al productor en México. Muestra que aunque los productores mexicanos siguen teniendo un elevado grado de dependencia del sistema estadounidense de distribución, han mejorado su posición de negociación en los últimos años al pasar a formar parte, directa o indirectamente, de dicho sistema a través de la creación de empresas distribuidoras en Estados Unidos.

Por último, me gustaría terminar con un doble agradecimiento. Por una parte, a la Fundación Cajamar por impulsar y apoyar la idea de este monográfico sobre las cadenas de valor globales y el sector agroalimentario. Y por otra, a los autores de los distintos artículos que integran este monográfico puesto que respondieron con celeridad a la propuesta de colaboración, y con diligencia, generosidad y calidad en la entrega del trabajo final.