



LA PLANIFICACIÓN DE UNA HORTICULTURA LOCAL PARA LOS MODERNOS CONSUMIDORES. EL CASO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

Dra. Amparo Baviera Puig
Departamento de Economía y CCSS
Universidad Politécnica de Valencia

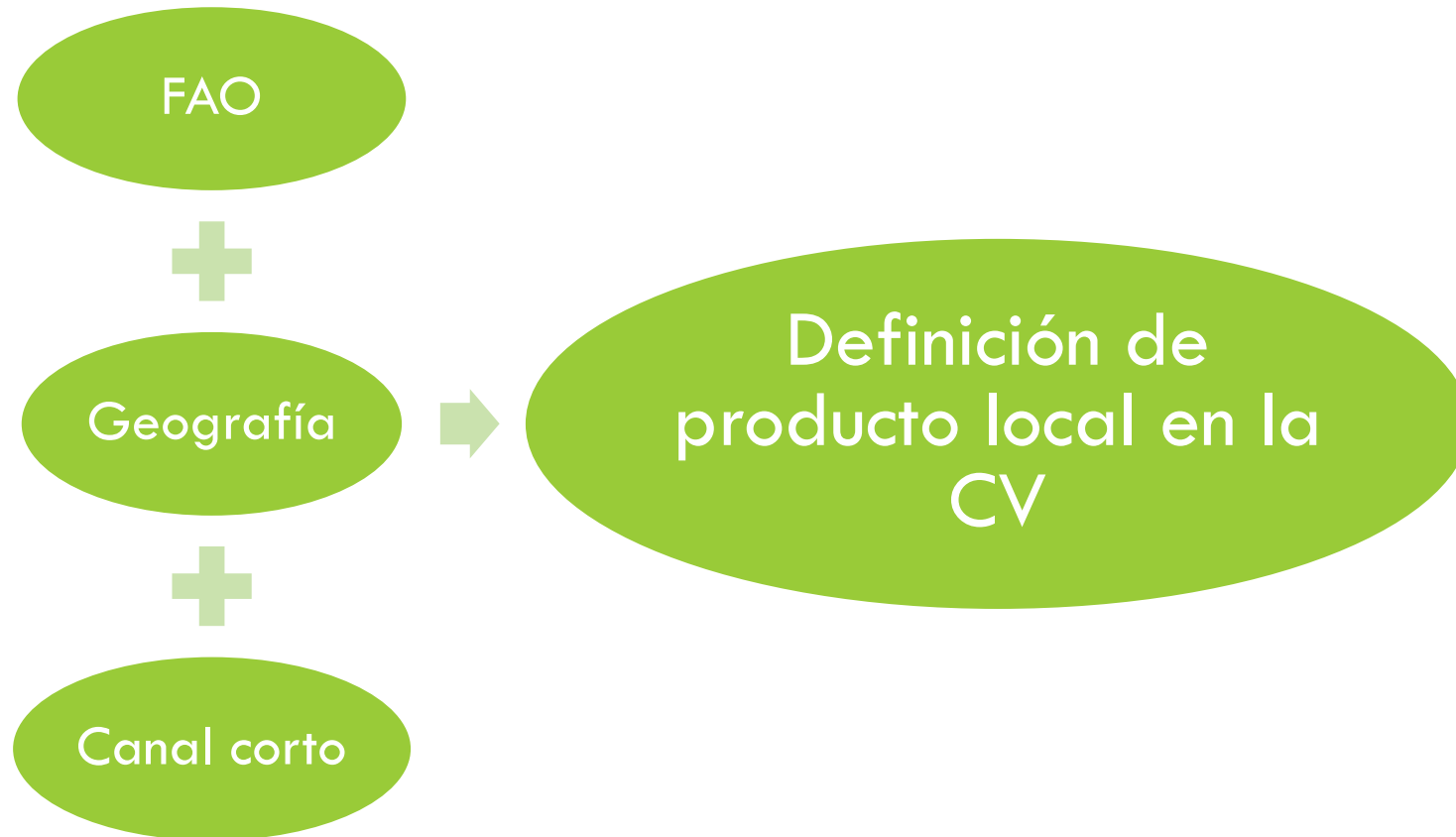
PASOS REALIZADOS



ESTRUCTURA

- Definición de producto local.
- Definición de producto local en la Comunidad Valenciana.
- Análisis de datos estadísticos en la Comunidad Valenciana.
- Identificación de oportunidades.
- Limitaciones.
- ¿Cómo es ese moderno consumidor?

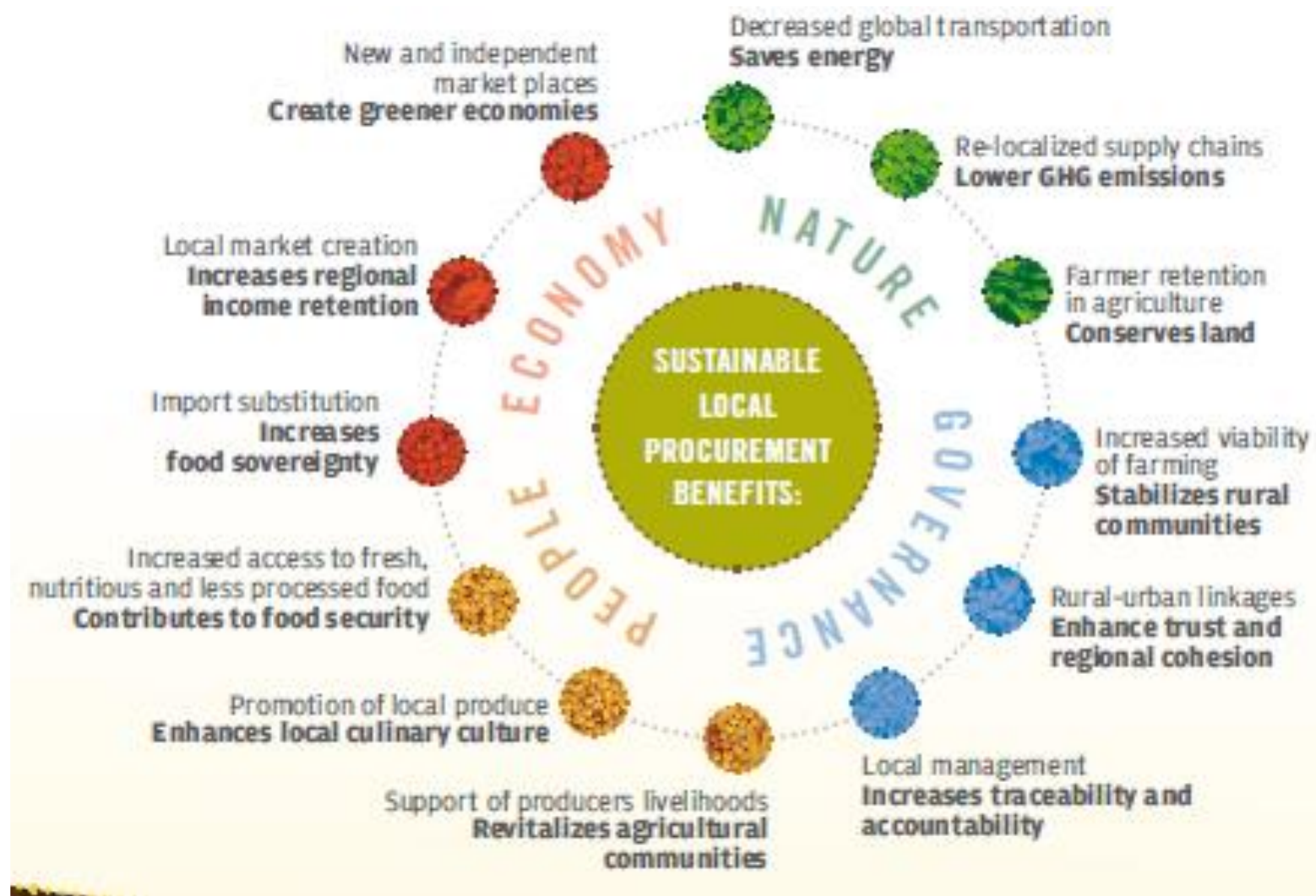
DEFINICIÓN DE PRODUCTO LOCAL



DEFINICIÓN DE PRODUCTO LOCAL: FAO

La **FAO** habla de *Sustainable Local Procurement*, en español, Compras Locales Sostenibles (FAO, 2014):

- ❑ Gobernanza participativa: para una mejor decisión y gestión de los recursos.
- ❑ Social, el objetivo es aumentar la autosuficiencia alimentaria nacional, fortalecer las comunidades, favorecer la transparencia entre consumidores y productores, proteger las culturas alimentarias tradicionales, así como, las especies nativas.
- ❑ Economía: favorecer la sostenibilidad local gracias a una mayor inclusión.
- ❑ Medio Ambiente: reducción de impactos ambientales, reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y otros contaminantes y perjudiciales para la salud, y por último, reducción de la demanda de infraestructuras.
- ❑ Geográfico: distancia de transporte ha de ser inferior a 643 km o estar dentro del mismo estado.



DEFINICIÓN DE PRODUCTO LOCAL: GEOGRAFÍA

Los alimentos locales se producen y consumen dentro de un área geográfica particular de definición limitada. De este modo, el consumidor obtiene mejores calidades en el producto final, al mismo tiempo que se mantienen productos tradicionales propios de la zona.

DEFINICIÓN DE PRODUCTO LOCAL: GEOGRAFÍA



48 - 402,34 KM

DEFINICIÓN DE PRODUCTO LOCAL: GEOGRAFÍA

Saltzman trató de identificar los alimentos locales en Iowa si cumplen por lo menos dos de tres criterios como alimentos basados en el lugar:

- a) Un nicho ecológico y geográfico.
- b) Una base patrimonial.
- c) Una narrativa explicando esas conexiones con Iowa.

DEFINICIÓN DE PRODUCTO LOCAL: CANAL CORTO

Es una cadena de suministro formada por un número limitado de agentes económicos, comprometidos con la cooperación, el desarrollo económico local y las relaciones socio-económicas entre productores y consumidores en un ámbito geográfico cercano.

- ❑ *La Orden 16/2015, de 27 de mayo, de la Conselleria de Presidencia y Agricultura, Pesca, Alimentación y Agua regula las condiciones de higiene de la producción primaria de los productos agrarios.*
- ❑ *La Resolución de 16 de mayo de 2016, de la Dirección General de Agricultura Ganadería y Pesca desarrolla el modelo de documento comercial de trazabilidad agrícola.*

DEFINICIÓN DE PRODUCTO LOCAL: CANAL CORTO

Es una cadena de suministro formada por un número limitado de agentes económicos, comprometidos con la cooperación, el desarrollo económico local y las relaciones socio-económicas entre productores y consumidores en un ámbito geográfico cercano.

□ *La Orden 16/2015, de 27 de mayo, de la Conselleria de Presidencia y Agricultura, Pesca, Alimentación y Agua regula las condiciones de higiene de la producción primaria de los productos agrarios.*

La venta en circuito corto se puede realizar en la propia explotación, incluidas sus instalaciones anejas, en mercados de ámbito local o transportando los productos directamente de la explotación a las instalaciones del intermediario.

DEFINICIÓN DE PRODUCTO LOCAL: CANAL CORTO

Es una cadena de suministro formada por un número limitado de agentes económicos, comprometidos con la cooperación, el desarrollo económico local y las relaciones socio-económicas entre productores y consumidores en un ámbito geográfico cercano.

- *La Resolución de 16 de mayo de 2016, de la Dirección General de Agricultura Ganadería y Pesca desarrolla el modelo de documento comercial de trazabilidad agrícola.*

La finalidad primordial es garantizar la seguridad alimentaria de los productos agrarios que se venden directamente a los consumidores.

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO LOCAL: VARIABLES

Espacial

Longitud
del canal

Temporal

Social

Cultural

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO LOCAL EN LA CV

Cadena de suministro formada por un número limitado de agentes económicos, entre 0 y 1, comprometidos con la cooperación, el cuidado del medioambiente, el desarrollo económico local y las relaciones socio-económicas entre productores y consumidores en un ámbito geográfico cercano de aproximadamente 200 km, en los que englobe tanto Valencia como Alicante y Castellón.

ANÁLISIS DE DATOS ESTADÍSTICOS EN LA CV

Hemos elegido 29 productos por ser los más consumidos en frutas y hortalizas en la Comunidad Valenciana a partir de los datos del *Panel de Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente*.



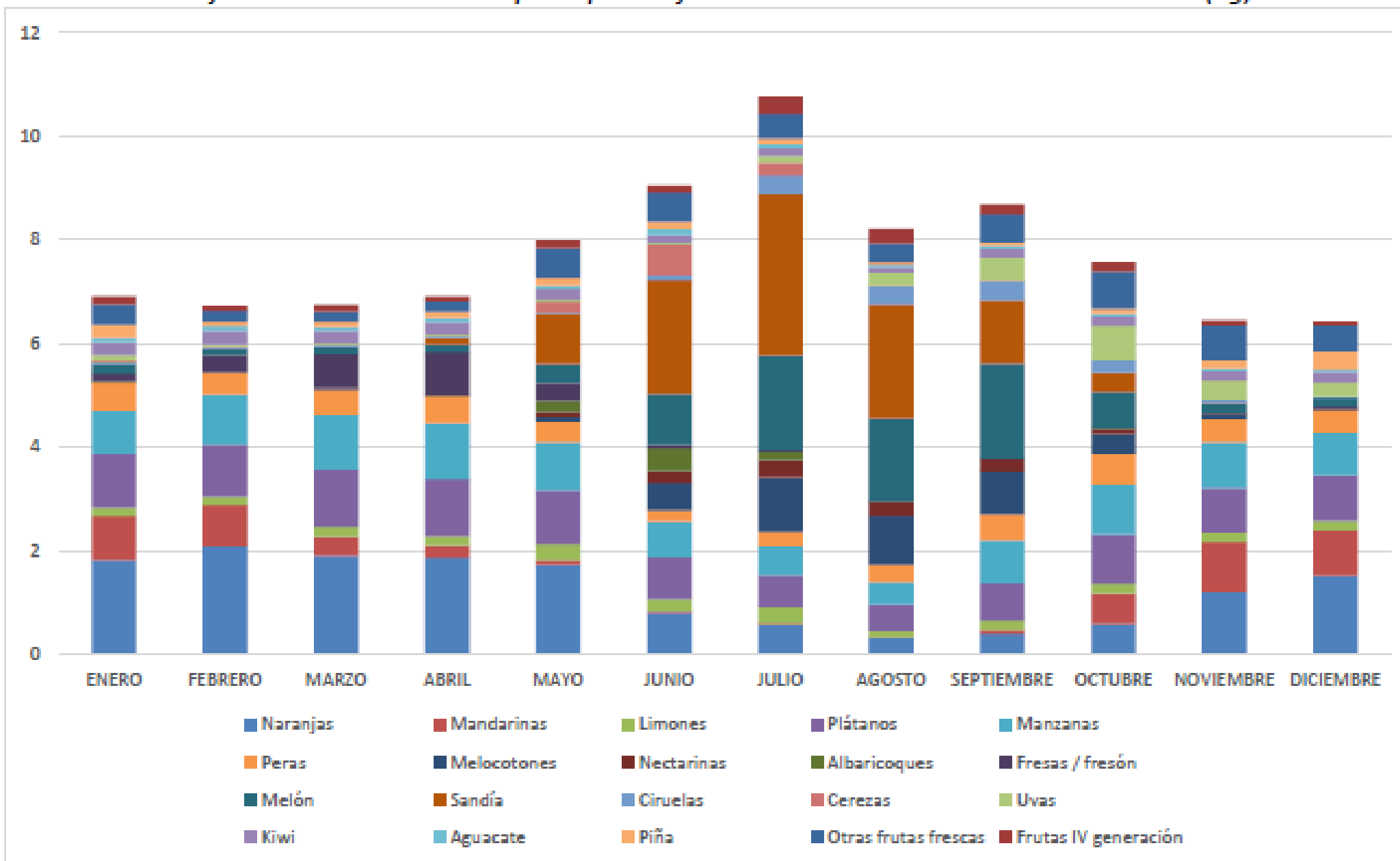
29

ANÁLISIS DE DATOS ESTADÍSTICOS EN LA CV

- a) Consumo mensual per cápita en el hogar en la Comunidad Valenciana (kg).
- b) Precio en la Comunidad Valenciana por mes y año (euros/kg.).
- c) Gasto per cápita en la Comunidad Valenciana por mes y año (euros).
- d) Tasa de penetración en los hogares de la Comunidad Valenciana por mes y año.
- e) Balance anual en toneladas: producción/consumo y exportación/importación.

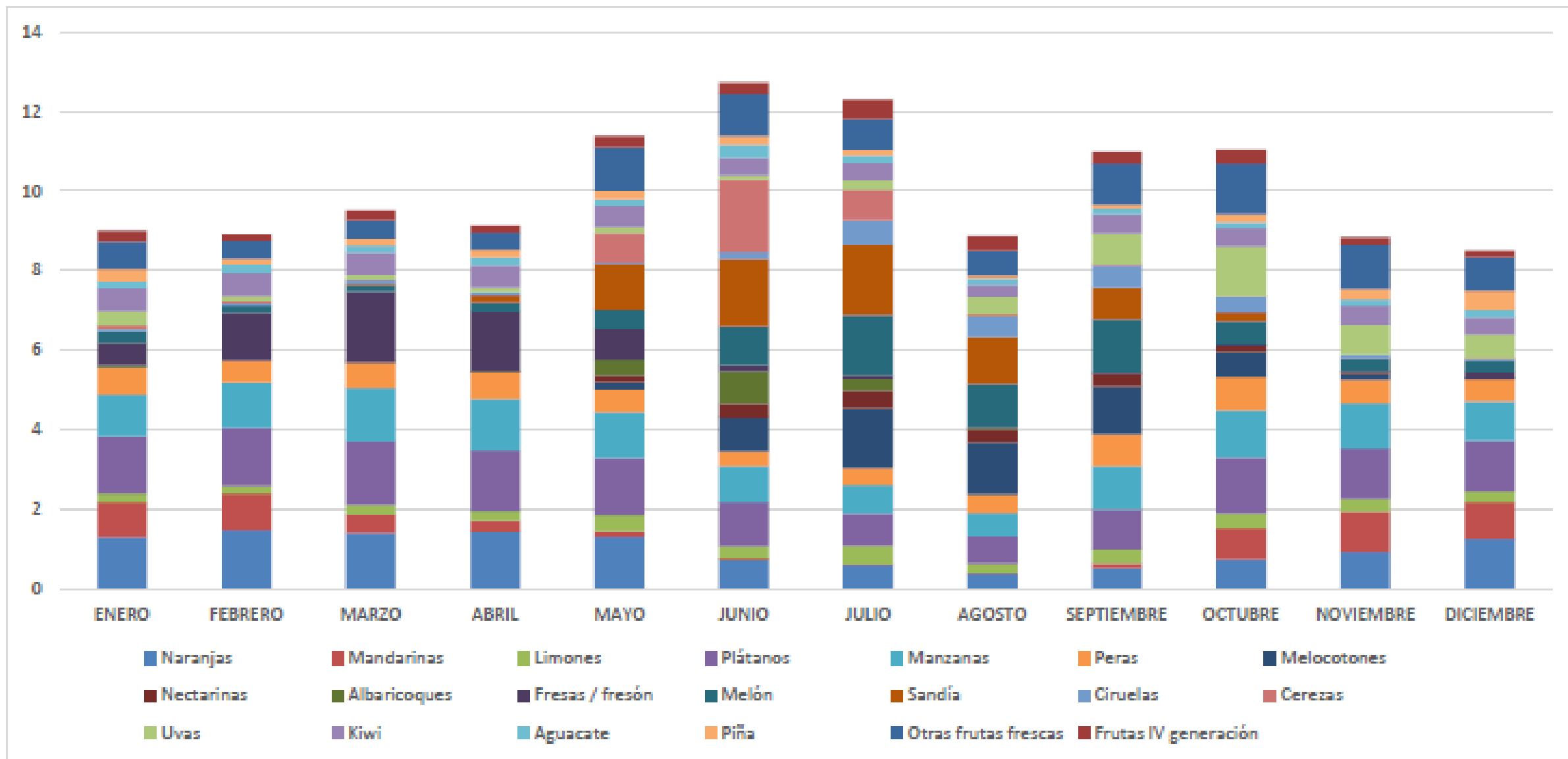
2013-2015

Gráfico 1: Consumo mensual per cápita de frutas en la Comunidad Valenciana en 2015 (kg)



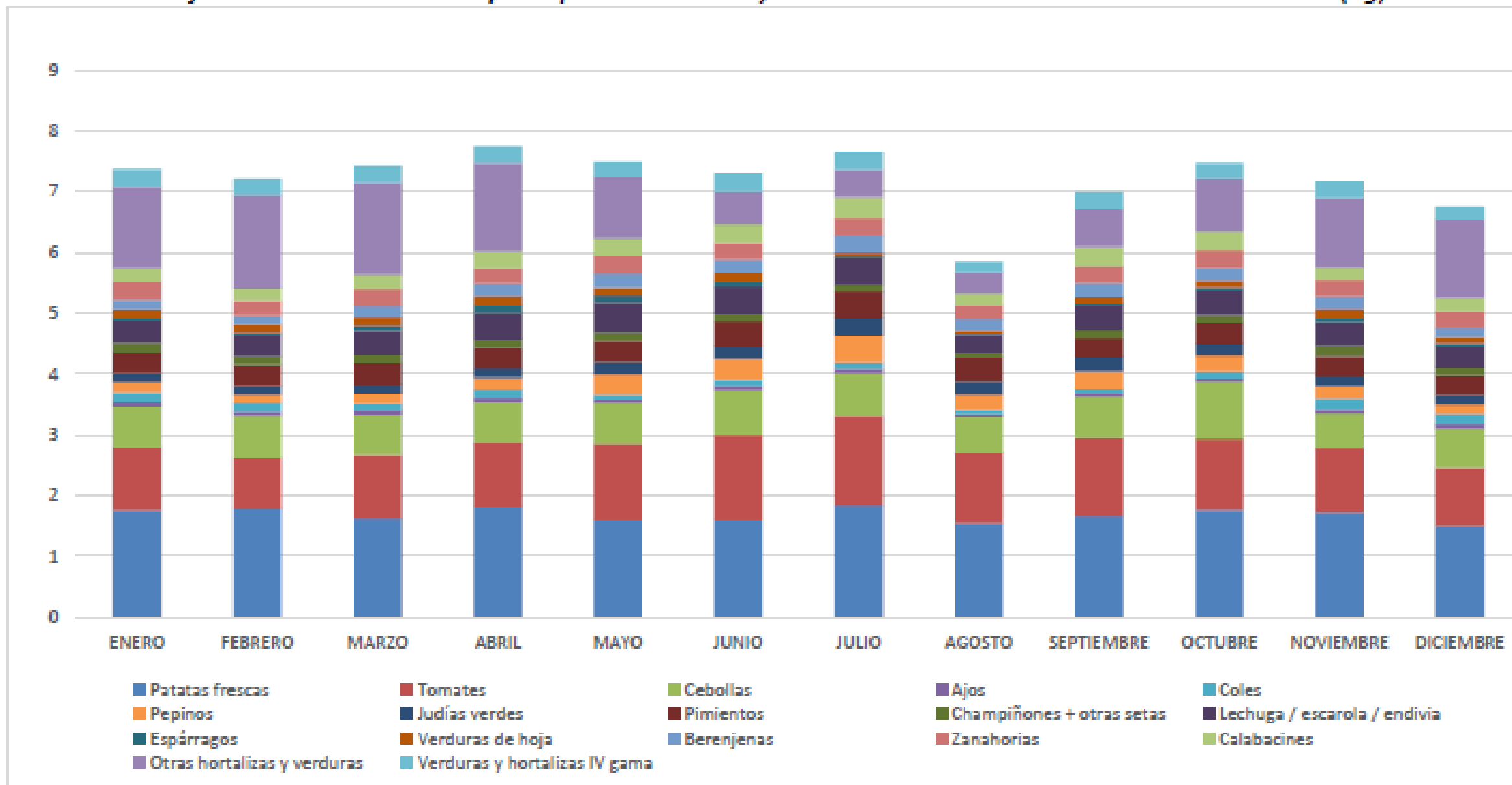
Fuente: Elaboración propia a partir del Panel de Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente

Gráfico 2: Gasto mensual per cápita en frutas en la Comunidad Valenciana en 2015 (euros)



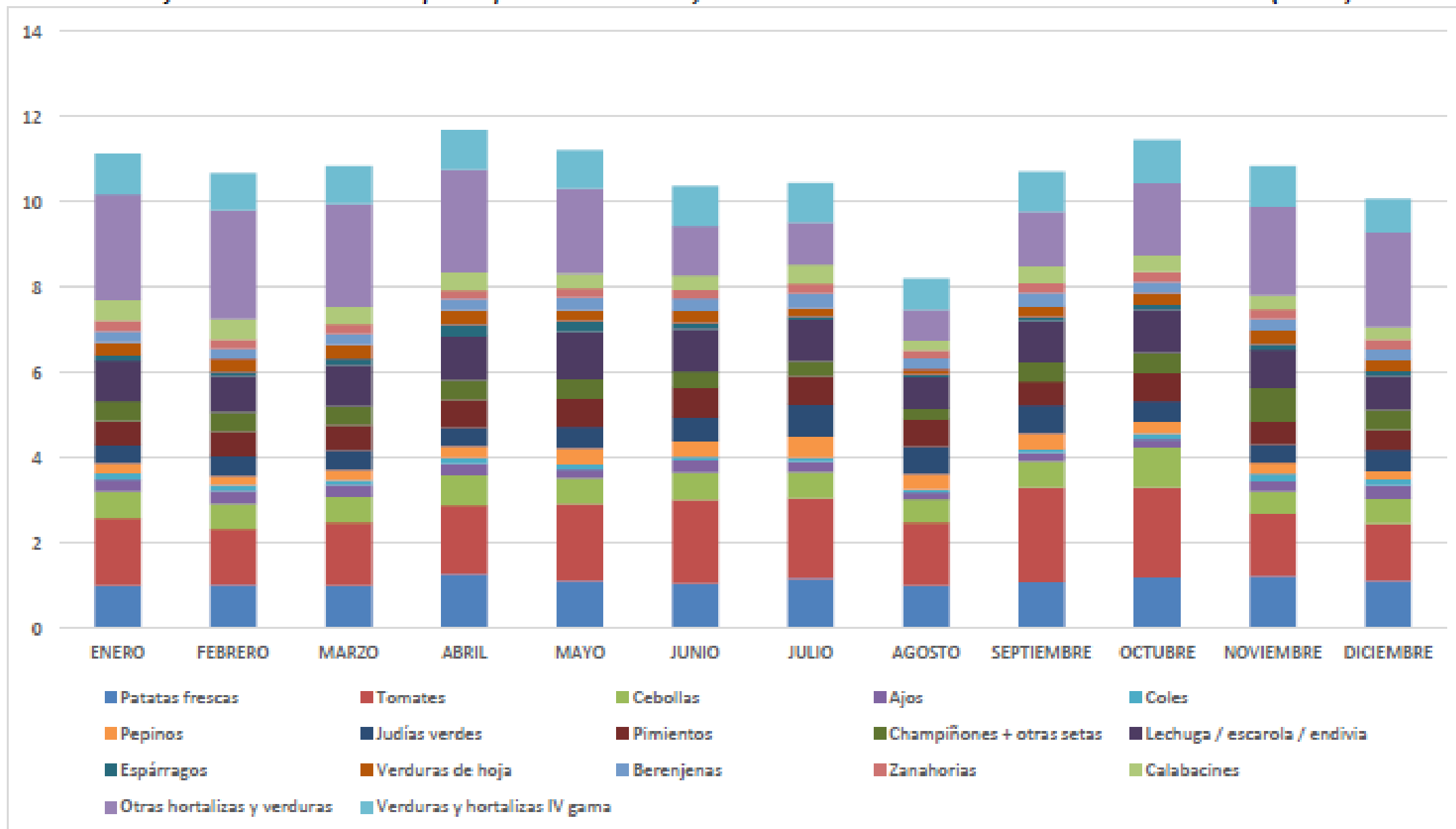
Fuente: Elaboración propia a partir del Panel de Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente

Gráfico 3: Consumo mensual per cápita de verduras y hortalizas en la Comunidad Valenciana en 2015 (kg)



Fuente: Elaboración propia a partir del Panel de Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente

Gráfico 4: Gasto mensual per cápita en verduras y hortalizas en la Comunidad Valenciana en 2015 (euros)



Fuente: Elaboración propia a partir del Panel de Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente

IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES

Producción local >
Consumo local

- Albaricoques, cebollas, coles, lechuga, escarola, endivia, limones, mandarinas, naranjas, pimiento y sandía.

Producción local <
Consumo local

- Aguacates, ajos, berenjenas, calabacines, cerezas, champiñones, ciruelas, espárragos, fresas, judías verdes, kiwis, manzanas, melocotones, melón, pepinos, peras, plátanos, tomates, uvas y zanahorias.

LIMITACIONES

- ❑ La elevada vocación exportadora de la Comunidad Valenciana. Se comercializa una gran parte de su producción fuera de ella, ya sea en el mercado nacional o internacional.
- ❑ Para un análisis pormenorizado, debería compararse el consumo mensual en hogares con la producción mensual en la Comunidad Valenciana. No obstante, el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente sólo ofrece la producción anual.

¿CÓMO ES ESE MODERNO CONSUMIDOR?

- ❑ El consumidor da más valor al producto local por la creación de empleo que ello implica. En segundo lugar por la frescura y calidad de los productos locales y en tercer puesto por la menor manipulación de los alimentos.
- ❑ Personalización de sus productos y la relación individualizada.
- ❑ Transformación de las tiendas más sostenibles, con mayor información de productos y hábitos saludables.
- ❑ Factores que determinan la elección del establecimiento son la calidad del producto, la cercanía y los buenos precios.
- ❑ Creciente demanda en compra on line, en la que el cliente busca lo mismo que en la tienda. *El 80% de los productos comprados on line es fresco.*

¿CÓMO ES ESE MODERNO CONSUMIDOR?

*Internet
Advertising
Bureau*



¿CÓMO ES ESE MODERNO CONSUMIDOR?



Descripción del estudio I



Universo

- Individuos residentes en España, de 16 a 65 años de edad y compradores online



Ámbito geográfico

- España



Trabajo de campo

- Mayo 2017



Error muestral

- El error muestral de los datos global es $\pm 3,1\%$, con un nivel de confianza del 95,5% y $p=q=0.5$.
 - Compradores $\pm 3,7\%$
 - No compradores $\pm 6,1\%$



Muestra obtenida

- Total= **1.010 entrevistas**.
 - **737** compradores online
 - **273** no compradores online (para el dimensionamiento de los compradores)

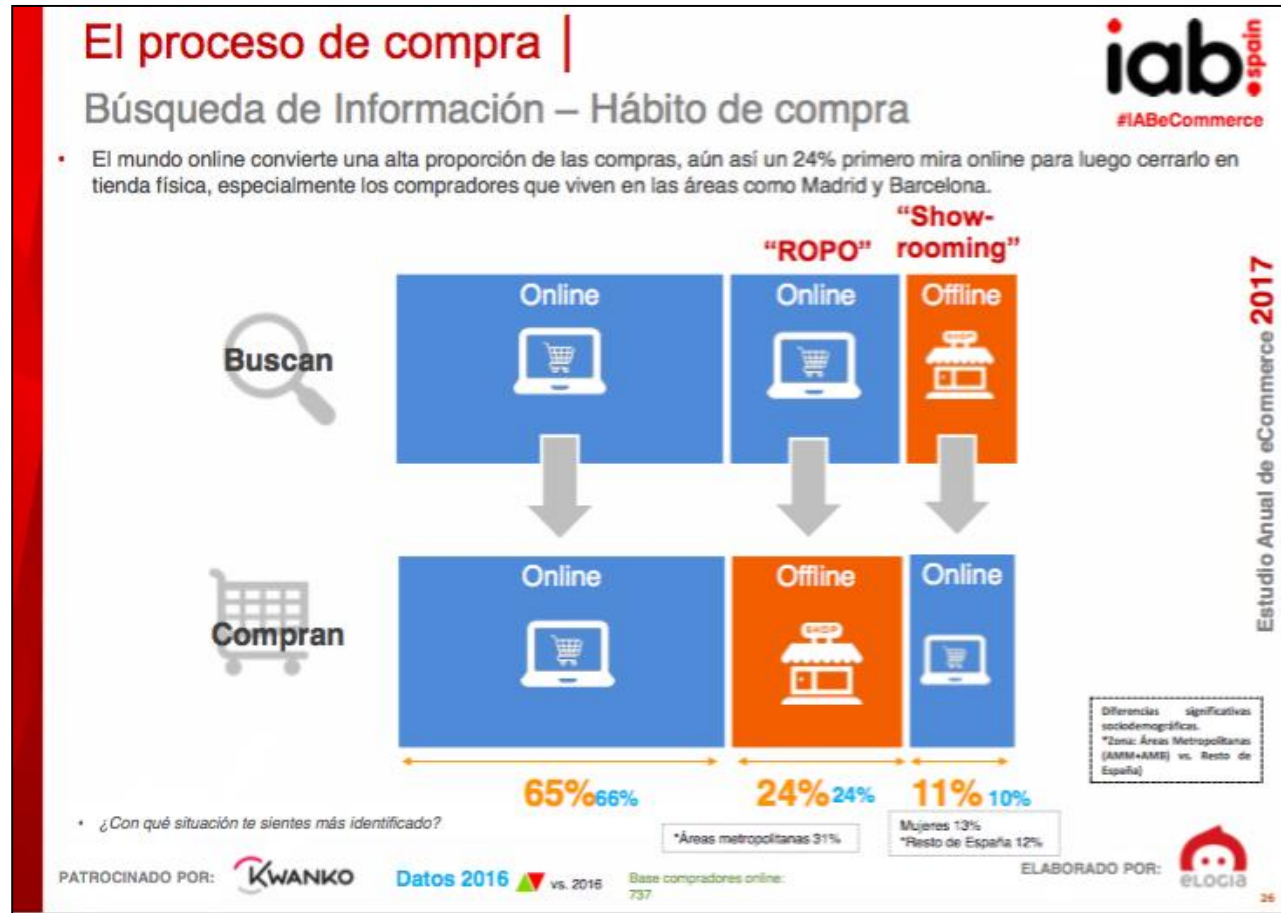


Técnica

- **C.A.W.I.** (Entrevista auto administrada por ordenador online)

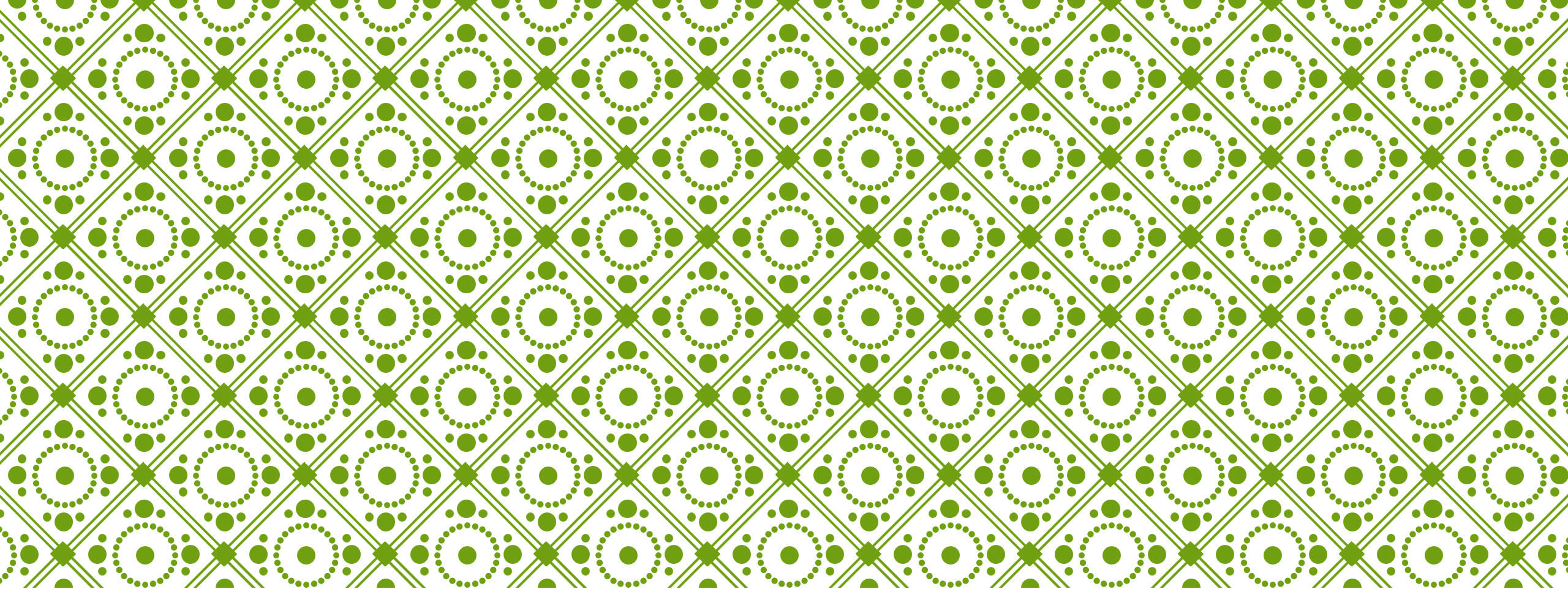
Los datos han sido ponderados por edad para representar la distribución de la población internauta española por sexo, edad (de 16 a 65 años) y zona geográfica según datos oficiales ONTSI 2016.

¿CÓMO ES ESE MODERNO CONSUMIDOR?



PASOS REALIZADOS





LA PLANIFICACIÓN DE UNA HORTICULTURA LOCAL PARA LOS MODERNOS CONSUMIDORES. EL CASO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

Dra. Amparo Baviera Puig
Departamento de Economía y CCSS
Universidad Politécnica de Valencia