

Análisis de la ampliación de los recursos locales hortofrutícolas mediante la internacionalización: Potencial del sector cooperativo hortofrutícola

Marín- Sánchez M.M. ¹

¹ Universidad Politécnica de Valencia/Departamento de Economía y Ciencias Sociales, CEGEA, Valencia, España



PAPER PREPARED FOR THE 116TH EAAE SEMINAR "Spatial Dynamics in Agri-food Systems: Implications for Sustainability and Consumer Welfare".

Parma (Italy)
October 27th -30th, 2010

Copyright 2010 Marín- Sánchez M.M. All rights reserved. Readers may make verbatim copies of this document for non-commercial purposes by any means, provided that this copyright notice appears on all such copies.

Análisis de la ampliación de los recursos locales hortofrutícolas mediante la internacionalización: Potencial del sector cooperativo hortofrutícola

Marín- Sánchez M.M.¹

¹ Universidad Politécnica de Valencia/Departamento de Economía y Ciencias Sociales, CEGEA, Valencia, España

Abstract— El presente trabajo analiza la posibilidad de ampliar los recursos locales de las cooperativas hortofrutícolas mediante la internacionalización de su actividad. Para ello se examinan las estrategias de internacionalización disponibles para estas entidades y se analiza el potencial del sector hortofrutícola, mediante el estudio de los datos básicos del sector comparando entidades asociativas con las no cooperativas. Dichos datos nos permiten evaluar su potencial exportador, resultando mucho mayor en las cooperativas hortofrutícolas.

Sin embargo la internacionalización se manifiesta principalmente a través de la exportación mediante acuerdos comerciales, y en menor medida, mediante la constitución de sociedades mercantiles participadas por la cooperativa, por lo que no redundan en incrementos de la intercooperación a nivel internacional, mientras sí que existen a nivel nacional. Por tanto, las conclusiones alcanzadas destacan un elevado grado de internacionalización de las cooperativas hortofrutícolas frente al sector no cooperativo y con respecto a otros sectores agroalimentarios.

Keywords— Cooperativas hortofrutícolas, internacionalización, potencial exportador.

I. INTRODUCTION

El fenómeno de la globalización de la economía, junto con la crisis económica generalizada, ha afectado también a las cooperativas hortofrutícolas, y la adaptación de la cooperativa a esta nueva situación se ha convertido en un factor determinante del éxito o fracaso de las mismas. Las estrategias a emplear para poder competir en un entorno globalizado pueden ser muy variadas y tener consecuencias muy diversas. Por ello consideramos de enorme interés analizar las posibilidades que la ampliación de los recursos locales cooperativos a través de la búsqueda de nuevos mercados de suministros, así como de nuevos mercados destino.

En definitiva se trata de estudiar el potencial de internacionalización de las cooperativas hortofrutícolas españolas. Es evidente que el acceso a los mercados internacionales requiere no sólo dimensión y vocación internacional, si no también y cada vez en mayor medida nuevas estrategias.

Así, a través del presente trabajo, trataremos de evaluar, en el contexto internacional, la situación de las cooperativas hortofrutícolas, tanto mediante la expresión de su potencial exportador como mediante el análisis de que es lo que significa la internacionalización de su actividad.

El proceso de internacionalización de las empresas, en términos generales, se inicia a través de la intensificación de sus actividades comerciales con empresas de otros países, puede derivar en la implantación transnacional de la empresa, cuyo mejor exponente es la empresa multinacional.

Por lo tanto las dos fases que se pueden distinguir en la internacionalización de las empresas son:

- Intensificación de su orientación exportadora
- Estrategia transnacional

La primera fase implica la realización de una serie de actividades de promoción comercial en el extranjero que en muchas ocasiones no está al alcance de todos. El caso de las cooperativas agrarias lo analizaremos a continuación comparando su situación con el sector no cooperativo.

La segunda fase implica una inversión en el extranjero. La decisión de invertir o no fuera de su país de origen se basa en la existencia simultánea de tres factores [1]: ventajas en la propiedad, ventajas de localización y ventajas de internacionalización. La primera condición radica en que la empresa posea alguna ventaja específica de propiedad que pueda mantener frente a sus rivales ya sean nacionales o extranjeros, que normalmente se basa en la propiedad privilegiada de activos intangibles. Además, deben

aparecer ventajas derivadas de la internacionalización de las transacciones, así como de su localización. De este modo las ventajas de propiedad de la empresa son explotadas con recursos no móviles ubicados en sitios distintos al país de origen. Surge así el fenómeno de la internacionalización de la empresa que puede derivar en su transnacionalización, cuyo resultado más visible es la empresa multinacional.

No obstante, para llegar a este nivel el recorrido es muy largo. Por ello consideramos relevante el análisis de las características de la internacionalización de la actividad de las cooperativas que realizamos a continuación destacando las posibles estrategias a adoptar.

II. CARACTERÍSTICAS DE LA INTERNACIONALIZACION DE LA ACTIVIDAD DE LAS COOPERATIVAS

Las especiales condiciones de las cooperativas pueden hacer dudar sobre su capacidad para trascender de su propio ámbito de actuación y poder competir con otras empresas sin perder sus principios y características diferenciadoras. Por ello, en primer lugar, cabría plantearse la necesidad o no de internacionalizarse que tiene la cooperativa. En este sentido se plantean dos alternativas estratégicas posibles [2]:

- Internacionalización de la empresa: ser competitivo en la región del mundo en la que está localizada nuestra empresa o a nivel mundial
- Estrategia de especialización en el mercado, manteniendo las ventajas de la especialización frente a la competencia externa.

La segunda opción implica centrarse en un mercado local compitiendo básicamente en términos de especialización. Esta opción puede no ser la óptima para algunas cooperativas, ya que estos mercados están cada vez menos protegidos y empresas externas más competitivas pueden acceder. Por tanto, una empresa será competitiva solamente si es capaz de producir bienes y servicios de forma similar en términos de coste y calidad que su competencia ya sea nacional o internacional [2].

Es evidente que la actuación de las cooperativas ha estado tradicionalmente ligada a mercados locales. No obstante, la entrada de otras empresas en ese mercado

local hace necesario que las cooperativas se planteen posibles estrategias de internacionalización dado que su supervivencia puede depender de ello. Por tanto, la internacionalización de su actividad constituye un reto para las mismas.

Así, es necesario contar con una estrategia definida en este ámbito que cuente con un plan de promoción de la internacionalización, en el que deberían definirse los objetivos y estrategias a llevar a cabo por lo menos en las siguientes áreas [3]:

1- Promoción comercial exterior propiamente dicha: misiones comerciales directa y modelos equivalentes, misiones comerciales inversas; ferias comerciales y formatos conexos; exposición de catálogos de productos; jornadas de promoción comercial; grandes eventos o exposiciones; planes sectoriales integrales; salones especializados y show rooms; Workshops; folletos; mailing; páginas Web; programas de promoción vía Internet.

2- Promoción, desarrollo y apoyo a la base exportadora: jornadas informativas y formativas; formación, cualificación y especialización en internacionalización; información sobre internacionalización y sistemas de información exterior; investigación de mercados exteriores; bolsa de formadores; apoyo a la competitividad internacional de las empresas; apoyo a la certificación, homologación y diferenciación por calidad; servicios especializados a empresas exportadoras; gestores de internacionalización; portales temáticos.

3- Implantación exterior y cooperación: Comités de colaboración internacional de base cooperativa; cooperación con cooperativas europeas o mundiales; proyectos de promoción supranacionales (UE); programas de apoyo a la implantación exterior y similares; programas de apoyo a los estudios de viabilidad y similares; programas de apoyo a la inversión exterior.

4- Comunicación y generación de imagen: viajes institucionales; programas de comunicación; programas de relaciones públicas; publicaciones, revistas, estudios, etc.

La internacionalización de la cooperativa agraria requiere contar con una formación de nuestros recursos humanos orientada hacia la internacionalización, así como de una dimensión competitiva. Dicha dimensión puede alcanzarse

mediante acuerdos de actuación, mediante la coordinación multicooperativa, que solucionen los problemas organizativos y de gestión que suelen tener las cooperativas en su conjunto, partiendo siempre de la diferenciación del producto cooperativo. Por lo tanto parece necesario desarrollar modelos de internacionalización cooperativos que permitan a la cooperativa competir de forma satisfactoria en los mercados mundiales

Cuadro 1: Comparativa del destino de las exportaciones entre las entidades asociativas agrarias españolas y la industria agroalimentaria española en 2007.

% Cuota exportación	IAA españolas	EAA's españolas
A la UE	80%	92%
A otros países	20%	8%

Fuente: CCAE, 2007

Las empresas asociativas agrarias mantienen una clara preferencia exportadora centrada en la Unión Europea. Esta situación es muy similar a la que se produce en el global de la industria agroalimentaria española, Cuadro 1.

No obstante, esta actividad exportadora se localiza en unos pocos mercados de la UE, como son Francia, Alemania, Italia, Reino Unido, Holanda y Portugal. De ellos, Francia es el principal país destino de las exportaciones agroalimentarias españolas, manteniéndose como tal durante los últimos años.

Gráfico 1: Porcentaje sobre el total exportaciones en el sector agroalimentario, año 2006

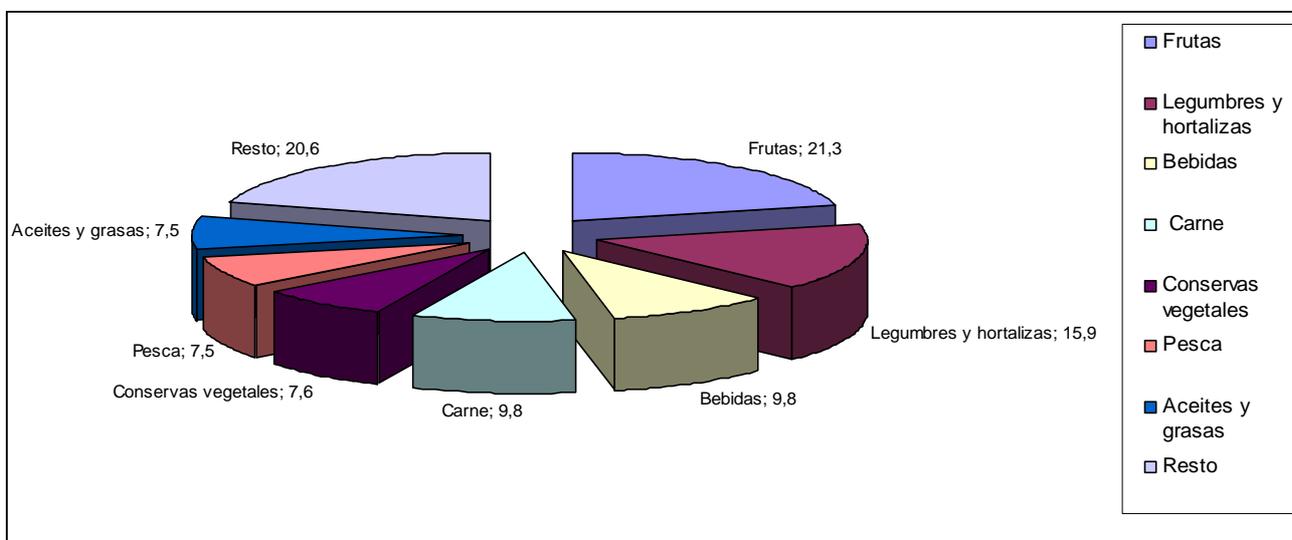
III. SECTORES BÁSICOS EN LA INTERNACIONALIZACION DE LA AGRICULTURA ESPAÑOLA

El 80% de las exportaciones agroalimentarias se concentra en 7 sectores básicos, en los que las posiciones exportadoras de las cooperativas agrarias españolas son muy altas.

Destaca, en el Gráfico 1 el subsector frutícola que supone más del 21% del total exportado en el sector agroalimentario, correspondiendo alrededor del 30 % el volumen de frutas producido que se lleva a la exportación.

Estos datos nos dan una idea clara de la vocación exportadora de subsectores como el hortofrutícola, y también el de el aceite de oliva entre otros. Debe tenerse presente que un volumen importante de lo producido que no estamos considerando como exportación, en estos subsectores, se vende a granel a empresas intermediarias que a su vez lo van a exportar después de añadirles valor añadido.

Si analizamos las magnitudes básicas de los 12 subsectores agroalimentarios más importantes en términos de empresas asociativas agrarias, cabe destacar la importancia del subsector hortofrutícola que con más de 900 empresas supone el 28,5 % de la facturación en su sector, correspondiendo al 72% de lo



facturado el importe obtenido en las exportaciones. Este subsector no es sólo el primero en facturación y empleo, si no también en volumen facturado en exportaciones, así como en propensión exportadora, con más del 72 %. Sin embargo otros sectores importantes en términos de facturación y de empleo como son el aceite y el vino, tienen una presencia más limitada en las exportaciones, siguiéndoles a mucha distancia el resto de los subsectores.

IV. EL POTENCIAL DE INTERNACIONALIZACIÓN DEL SUBSECTOR HORTOFRUTÍCOLA EN LAS COOPERATIVAS AGRARIAS ESPAÑOLAS

Debemos tener presente que España es el primer productor europeo en este sector y el primer exportador mundial, por lo tanto se trata de un sector prioritario en la exportación. Cuenta con una gran diversidad en la oferta, con más de 80 productos, así como con una elevada atomización de la oferta, habiéndose concentrado mayoritariamente la exportación en la UE.

Así las exportaciones hortofrutícolas representan cerca del 40% de todas las exportaciones agrarias españolas. La producción se destina en un 80% a consumo en fresco y en un 20% a transformación. El 90% de la fruta exportada y el 94% de las hortalizas exportadas lo son a la UE.

Cuadro2. Magnitudes básicas de las entidades asociativas agrarias hortofrutícolas en relación a su sector (2007).

	EAA's	Total sector	% EAA's
Nº empresas (Nº)	943	6.000	15,8 %
Facturación (M €)	3.700	12.800	28,9 %
Empleo (nº)	32.000	150.000	21,3 %
Exportación (M.€)	2.675	7.900	31,8 %
Nº de Empresas Exportadoras	250	820	30,5 %
Dimensión Media:			
- Fact/ Empresa (M €)	3,92	2,1	-
- Fact/Empleo (M. €)	0,11	0,09	-
Propensión Exportadora (% Exp/Fact)	72,3%	61,7%	-
Nivel Internacionalización Empresa	26,5%	13,7%	-

(% Empresa/ Exp)			
------------------	--	--	--

Fuente: CCAE, 2007

Las entidades asociativas agrarias hortofrutícolas ocupan una posición predominante si analizamos su nivel de internacionalización en relación con la posición del sector, lo cual implica una actividad decidida y bien articulada en ese contexto, así como una dimensión suficiente. Así, (Cuadro 2), aunque sólo representan el 15,8 % de las empresas, su volumen de facturación supone prácticamente el 29% del sector, mientras que el volumen facturado en las exportaciones supone prácticamente el 32%. Su propensión exportadora es muy elevada, de más del 72% a diferencia del sector que no alcanza el 62%. Su nivel de internacionalización está en un 26,5%, frente al 13,7% del sector

Si analizamos las principales empresas hortofrutícolas en España, nos encontramos que entre las 30 principales empresas del sector 14 son cooperativas. Además, entre las primeras empresas agroalimentarias españolas, tenemos en el subsector hortofrutícola además de Socomo, filial de Carrefour, con una cifra de facturación de 515 millones de euros, una cooperativa de 2º grado, Anecoop, con una facturación de 382 millones, así como la cooperativa Agropecuaria de Navarra con una facturación de 253 millones.

V. CONCLUSIONES

A partir del análisis efectuado del nivel de internacionalización de las cooperativas agrarias españolas podemos concluir que existe un grado de internacionalización muy fuerte del cooperativismo español, cuya máxima expresión podemos encontrarla en el subsector hortofrutícola, seguido a distancia por el sector oleico y el sector vitivinícola.

Las cooperativas están perfectamente posicionadas en los sectores básicos agroalimentarios más eficientes, de cara al futuro, para defender, mantener o potenciar la internacionalización agroalimentaria española, por lo que es indudable, que consideradas en su conjunto las entidades asociativas agrarias españolas cuentan con una importante oferta exportable y por lo tanto pueden ampliar sus recursos

locales basándose en estrategias de internacionalización.

Así el subsector hortofrutícola, se configura como el líder en las exportaciones, con una dimensión más que aceptable y con una propensión exportadora muy elevada, donde las estrategias de internacionalización llevadas a cabo por las entidades asociativas agrarias incluyen no sólo acuerdos estables con otras empresas si no también, un proceso incipiente de transnacionalización de su actividad mediante la adquisición de filiales en el extranjero, como puede verse en el caso de Anecoop, cooperativa de segundo grado de fuerte orientación exportadora.

BIBLIOGRAFIA

1. Dunning J.H. (1993) *Multinational Enterprises and the global Economy*. Addison Wesley Reading.
2. Errasti A, Heras I, Elgoibar P, Begiristain A (2002) La internacionalización de las cooperativas y su responsabilidad social. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, n° 10: 119-145
3. Confederación de cooperativas agrarias de España (CCA) (2007) *Observatorio socioeconómico del Cooperativismo agrario español (OSCAE)*. Ponencia Básica

(mmarins@esp.upv.es)