



La ruta del tomate

Herramientas de reflexión hacia una nueva cultura del consumo urbano



Observatori del Deute
en la Globalització

Elaboración: Observatorio de la Deuda en la Globalización (ODG)

Autore/as: Mónica Vargas y Olivier Chantry

Revisión: Lucile Daumas, CADTM – ATTAC Marruecos (Capítulo III)

Cartografía: Raúl Sánchez

Lugar y fecha de elaboración: **Barcelona, enero de 2014**

Contacto: observatori@odg.cat

Diseño e infografía: Toni Sánchez Poy <flaperval@yahoo.es>

Con el apoyo de:



Imágenes de la portada:

Arriba: tomate ecológico "Cor de Bou" (no híbrido) de 1,3 kilos producido en el Baix Llobregat (agosto de 2013) (Foto ODG).

Abajo: Bandejas de tomates híbridos en un supermercado (Foto John Garghan, Flickr <http://xurl.es/bopua>. Licencia CC BY-NC-ND 2.0)



Esta obra está bajo una licencia Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported de Creative Commons. Para ver una copia de esta licencia, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/> o envíe una carta a Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA

La ruta del tomate

Herramientas de reflexión hacia una nueva cultura del consumo urbano

Índice

Presentación	7
Resumen ejecutivo.....	9
Introducción.....	11
I. El tomate en Cataluña	15
1.1 Un producto emblemático.....	15
1.2 ¿Por qué producimos menos tomate?.....	17
1.2.1 Temporadas de producción y de consumo doméstico.....	17
1.2.2 ¿Qué tan “culpables” son el tomate de Almería y el marroquí en la disminución de la producción catalana?	19
1.2.3 Tomate holandés en verano, a 30 céntimos el kilo en . . . Mercabarna	22
II. Mercabarna: un ejemplo de nodo agroalimentario internacional	27
2.1 De mercado mayorista a “hub”	27
2.2 Origen de los alimentos.....	29
2.3 Un perfil crecientemente exportador.....	33
2.4 ¿Qué espacio ocupa la agricultura local en Mercabarna?	34
2.4.1 El agricultor como proveedor de un mayorista	37
2.4.2 Paradas de mayoristas en Mercabarna	47
2.4.3 Venta en las cooperativas agrícolas	50
2.4.4 “Las Marquesinas”	51
III. Tras las huellas del tomate marroquí.....	53
3.1 Política agrícola marroquí: “Producir para exportar e importar para consumir. . .”	53
3.2 Tomate marroquí fuera de temporada para Europa: ¿a quién beneficia el negocio?	58
3.3 La región del Souss-Massa-Drâa, la “Almería marroquí”	62
3.3.1 Pequeños productores de tomate.....	65
3.3.2 Jornaleros agrícolas: condiciones laborales.....	68
Conclusiones	74
Bibliografía consultada	78

Presentación

Índice de Tablas

Tabla 1. Principales comarcas productoras de tomate en Cataluña en 2012.....	15
Tabla 2. Distribución de la tierra en las explotaciones agrícolas marroquíes	54

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Evolución de la producción de tomate en Cataluña entre 2005 y 2012.....	16
Gráfico 2. Cultivo de tomate en las provincias de Cataluña (2005 - 2012)	16
Gráfico 3. Producción de tomate en Cataluña por temporada de cosecha en 2011.....	18
Gráfico 4. Evolución de los precios percibidos por los productores y pagados por los hogares en Cataluña (2011)	18
Gráfico 5. Producción <i>versus</i> consumo doméstico de tomate en Cataluña en 2011	19
Gráfico 6. Producción de tomate en Andalucía por temporada cosecha en 2011.....	20
Gráfico 7. Importación de tomate en Cataluña (2011-2013).....	21
Gráfico 8. Evolución de las importaciones de tomate en Barcelona y en Cataluña en temporada alta (junio-septiembre) (1995 - 2013).....	21
Gráfico 9. Importaciones de tomate en Cataluña en temporada alta (junio - septiembre) por país de origen (1995 - 2013).....	22
Gráfico 10. Tomate comercializado en Mercabarna entre 2005 y 2012.....	23
Gráfico 11. Evolución de la totalidad de productos que entraron en Mercabarna, por origen	31
Gráfico 12. Evolución de las frutas que entraron en Mercabarna, por origen.....	31
Gráfico 13. Evolución de las hortalizas que entraron en Mercabarna, por origen.....	32
Gráfico 14. Procedencia de hortalizas comercializadas en Mercabarna en 1996 y 2012	32
Gráfico 15. Procedencia de frutas y hortalizas comercializadas en Mercabarna en 1996 y 2012.....	33
Gráfico 16. Evolución del número de empresas en función de las paradas que controlan (1991 - 2012)	48
Gráfico 17. Evolución de las entradas de producto por pabellón	52
Gráfico 18. Evolución de las exportaciones de frutas y verduras marroquíes por mercado	54
Gráfico 19. Producción de hortalizas y déficit comercial alimentario en Marruecos.....	57
Gráfico 20. Evolución de la superficie dedicada a las hortalizas fuera de temporada en Marruecos.....	59
Gráfico 21. Evolución de la producción de hortalizas fuera de temporada en Marruecos	59

Índice de mapas

Mapa 1. Corredores de flujos de mercancías en Europa occidental.....	27
--	----

Esquemas

Esquema 1. Principales canales de distribución de los agricultores en Cataluña	36
--	----

Este informe ha sido realizado en el marco del Proyecto “Promoción de una nueva cultura del consumo urbano en Barcelona, hacia la Soberanía Alimentaria”, iniciativa conjunta de GRAIN, el Observatorio de la Deuda en la Globalización (ODG) y la Revista *Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas*, contando con el apoyo del Programa “Barcelona Solidaria” del Ayuntamiento de Barcelona.

La Ruta del tomate no pretende ser un estudio exhaustivo. Se ha aspirado más bien a esbozar pautas que nos permitan seguir reflexionando y actuando sobre las profundas contradicciones entre el actual sistema agroalimentario global y el camino hacia la Soberanía Alimentaria, la cual constituye una respuesta integral surgida en el seno del movimiento internacional *La Vía Campesina*.

La investigación se ha basado en la revisión de recientes estudios sobre la problemática considerada, en particular aquellos aplicados al ámbito catalán. Además, se ha utilizado información de las bases de datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), de Mercabarna, y de la Generalitat de Cataluña (Departamento de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Generalitat de Cataluña), así como de Datacomex. Una etapa importante se ubica asimismo en el trabajo de campo en Cataluña y en Marruecos. A nivel catalán, se realizaron visitas a Mercabarna, así como a productores de tomate. En total, realizamos 15 entrevistas cualitativas con actores de distintos perfiles identificados como clave a la hora de reflexionar sobre el consumo en Cataluña (agricultores, expertos/as en consumo, integrantes de la Unió de Pagesos, representantes de organizaciones de consumidor/as, un directivo de Mercabarna, experto/as en políticas alimentarias y el Director General de Alimentación, Calidad e Industrias agroalimentarias del Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca, Alimentación y Medio Natural de la Generalitat de Cataluña). En Marruecos, se visitó la principal región donde se produce el tomate de exportación, el Souss-Massa-Drâa, y se realizaron entrevistas cualitativas con: un agricultor local (productor de tomate); 23 jornalero/as agrícolas, miembros de la Federación Nacional del Sector Agrícola (FNSEA-UMT); una representante de la Antena de la Cámara Española de Comercio de Casablanca en Agadir; el Cónsul español en Agadir; y con un empresario catalán. Destacamos aquí la dificultad que hemos tenido en poder entrevistar a un mayor número de responsables de empresas españolas presentes en el Valle del Souss, los cuales se han caracterizado por una gran reserva.

Es importante resaltar que la referencia a las personas entrevistadas en principio no es nominal, sino que se ha optado por iniciales que no corresponden a los nombres y apellidos. En efecto, el delicado contexto político marroquí demandaba un particular cuidado con la identidad de las personas, por su propia seguridad. Por tanto, para tener una norma general en todo el informe, se ha optado por dejar en el anonimato todas las entrevistas, si bien se precisa el perfil y la pertenencia a organizaciones/entidades/sindicatos/empresas. Las únicas excepciones se ubican en las entrevistas de personas con cargos públicos o directivos de empresas públicas. En todo caso, subrayamos que el análisis y las conclusiones del informe son responsabilidad de los/as autore/as y no de lo/as entrevistado/as.

El formato ha sido pensado en aras de presentar de forma equilibrada los resultados del análisis, dejando en lo posible el micrófono a lo/as protagonistas, puesto que nadie mejor que ello/as puede expresar su realidad. Por ello, se van intercalando en el texto testimonios con datos más "fríos". Al final de cada capítulo figura un recuadro que recapitula brevemente los elementos esenciales.

Queremos expresar nuestro agradecimiento a las personas entrevistadas por su disponibilidad y por su tiempo. Asimismo, subrayar el precioso apoyo de lo/as miembros de la FNSEA, y de Lucile Daumas, miembro del CADTM y de Attac-Marruecos, sin lo/as cuales el trabajo de campo en el Souss hubiera sido mucho más difícil.

Dedicamos este informe a aquellos/as que, en Cataluña y en Marruecos, en muy adversas condiciones, persisten en defender con dignidad su derecho a seguir ejerciendo uno de los oficios más nobles del planeta: la producción de alimentos.

El informe cuenta también con una expresión gráfica interactiva bajo la forma de un mapa on-line que puede ser consultado en el siguiente enlace: <http://odg.cat/MCA/tomatoroute/map/index.html>

Resumen ejecutivo

El primer capítulo del informe se concentra en la **problemática del tomate en Cataluña**. El tomate representa el 20% de las hortalizas consumidas y producidas en toda la comunidad autónoma. Un tercio de la producción catalana se concentra en dos comarcas de la provincia de Barcelona (Maresme y Baix Llobregat). A pesar de su importancia en el consumo, entre 2005 y 2012 se ha reducido la producción en un 40%, y se han perdido más de 700 hectáreas de cultivos de tomate. Esta disminución se vincula con la caída del precio y la dificultad encontrada por los agricultores en competir con el tomate que llega del exterior. Actualmente, la producción catalana no logra cubrir el consumo doméstico. Sin embargo, durante la temporada alta (junio – septiembre), en la cual se sitúa el 90% de la producción, el déficit es mucho menor. Al reflexionar sobre la competencia con el tomate que proviene del exterior, cabe resaltar que en Cataluña, las importaciones comenzaron a finales de los años 90 y que han tenido un crecimiento significativo a partir de 2004. La mayor parte tienen lugar en la temporada alta para el campo catalán, en un mercado ya saturado y con precios bajos. No se compite con Almería u Marruecos, como usualmente se afirma. En efecto, el tomate andaluz y el marroquí son esencialmente productos fuera de temporada (invierno). Las principales importaciones de tomate durante la temporada alta provienen de Holanda, Bélgica y Francia. En particular, el tomate holandés llega al mercado mayorista que absorbe la mayoría de hortalizas catalanas, **Mercabarna**, a un precio que no permite ninguna competencia. La importación de ese tomate en verano es una práctica sistemática en Mercabarna.

El segundo capítulo se dedica a este **mercado mayorista**, partiendo de la consideración de las transformaciones que han tenido las plataformas de distribución en el marco del actual sistema alimentario global. En efecto, éste no sería posible sin la base material del comercio mundial de mercancías: la red de transporte intermodal. Las grandes plataformas de comercialización, convertidas en *hubs* constituyen piezas clave de este sistema. Mercabarna, donde existe una apuesta abierta por la internacionalización, va acercándose cada vez más a este modelo de distribución. De forma creciente, el origen y el destino de las frutas y hortalizas se sitúa en el exterior del Estado español. Esto no siempre ha sido así. Hace 15 años, la provincia de Barcelona proveía una cuarta parte de las hortalizas vendidas en este mercado. Es importante resaltar que en Mercabarna se configuran relaciones desiguales de poder, en detrimento de los productores. En este espacio no existe ninguna regla o política que favorezca el producto de proximidad

per se. Los criterios de selección aplicados por los mayoristas, así como su poder de decisión sobre los precios acaban teniendo una fuerte incidencia sobre la agricultura local. Los agricultores locales que venden allí compiten en un mercado globalizado, lo cual requiere por su parte una capacidad de adaptación cada vez mayor. Otra característica de Mercabarna se ubica en la concentración empresarial. Cuatro mayoristas controlan el 13% de los puntos de venta, y las 20 principales empresas disponen de más de un tercio del total de las paradas. Los más grandes asentadores llegan a poseer cientos de hectáreas en países del Sur y a tener una capacidad de gestión de miles *pallets*.

El tercer capítulo consiste en un **estudio de caso sobre los impactos de la producción de tomate en el principal país el Sur desde donde se importa esta hortaliza: Marruecos**. A partir de las medidas del Plan de Ajuste Estructural impuesto por el Fondo Monetario Internacional en los años 80, la situación del campo marroquí se ha agravado. En un periodo de diez años, el número de pequeños agricultores se ha reducido en un 50%. Desde los años 90, la política agrícola tiene una clara orientación hacia la exportación, a pesar de que el país sea estructuralmente deficitario en productos de base como los cereales, el azúcar y las oleaginosas. Esta tendencia se ha acentuado a raíz de la firma de acuerdos comerciales con Estados Unidos y la Unión Europea, y se enmarca hoy en el "Plan Marruecos Verde". El tomate producido en invernaderos es una de las principales hortalizas fuera de temporada y se destina en 81% a la Unión Europea. El grueso de los cultivos se encuentra en una de las regiones más empobrecidas del país, el Souss-Massa-Drâa. En el Valle del Souss se activan cerca de 193'000 explotaciones agrícolas que ocupan 549'000 hectáreas. Son dedicadas cada vez más a la agricultura industrial, copiando el modelo de "mar de plástico" (invernaderos) vigente en Almería. Además de que Marruecos ya enfrenta un riesgo real de escasez de agua, la expansión de la agricultura de irrigación en el Souss ejerce una importante presión sobre los recursos hídricos. La sobreexplotación de este recurso se acerca de 180%. Esta situación tiene importantes impactos socioeconómicos, vinculándose con el abandono de miles de hectáreas de cultivos y la consecuente proletarianización de la población campesina. En lo que atañe a la exportación en particular, el sistema de comercialización se sustenta en relaciones desiguales de poder en detrimento de los pequeños productores. Estos disponen de un margen de decisión escaso o nulo frente a las condiciones y precios de venta de sus productos, asumiendo todos los riesgos de la producción y de la comercialización. En el Valle del Souss trabajan alrededor de 100'000 jornaleros/as agrícolas, de los cuales sólo 4'000 están sindicalizados/as. Predominan allí empresas francesas y españolas que controlan la práctica totalidad de la cadena productiva. Su actuación se vincula con la violación de los derechos laborales y sindicales.

Introducción

Un sistema alimentario global insostenible

El sistema alimentario global se enmarca en la encrucijada de varias crisis. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), en el periodo 2011-2013, uno/a de cada ocho habitantes (842 millones de personas) sufrió hambre crónica (2013, 1). Sin embargo, se producen alimentos en cantidad más que suficiente para alimentar a toda la población. De hecho, en uno de los más dramáticos momentos de la crisis alimentaria de 2008, la FAO observaba un record histórico en la producción mundial de cereales (2008, 2). En lo que atañe al mercado, las corporaciones agroindustriales disponen de un creciente monopolio, sobre los insumos agrícolas de la cadena alimentaria industrial. Seis multinacionales controlan a la vez: el 75% de la investigación privada sobre los cultivos; el 60% del mercado de semillas comercializadas; y el 76% de las ventas globales de agroquímicos (ETC Group 2013, 3).

En este contexto se va profundizando asimismo la crisis ecológica global, y en su seno la crisis climática. Tal como lo ha señalado GRAIN (2011), el propio sistema alimentario global es uno de los principales responsables del cambio climático, si contabilizamos la totalidad de las emisiones de gases de efecto invernadero que genera el ciclo completo de la cadena productiva. Su contribución a las emisiones se sitúa entre 44 y 57%.

La suma del capital especulativo en el comercio agrícola también está incrementándose. La liberalización de los mercados agrícolas coincidió con una liberalización financiera que permite, de forma creciente, la especulación con los alimentos básicos, no solamente por parte de los actores financieros clásicos, sino también del propio agronegocio (Chantry, Vargas y Duch 2011). Los fondos especulativos protagonizan, en la misma línea, un acaparamiento mundial de tierras fértiles que GRAIN ha documentado en los últimos años. Desde la crisis financiera de 2007-2008, más de 40 millones de hectáreas han cambiado de manos o se están negociando, de las cuales 20 millones se ubican en África. Actores de diferentes tipos, pero que comparten la característica de gozar de un gran poder económico, se están apoderando de enormes superficies de tierra (incluyendo sistemas hídricos) en los países empobrecidos¹.

Es importante recordar que lo/as campesino/as siguen alimentando al menos al 70% de la población mundial, creando, mejorando e intercambiando de forma permanente sus propias variedades, y usando y domesticando cultivos silvestres afines (ETC Group 2013, 6). Pero el sistema va acorralando

¹ Véase: <http://farmlandgrab.org/>

y desposeyendo de forma creciente a los protagonistas más importantes en la producción de los alimentos.

En su conjunto, el modelo agroindustrial contribuye al destierro de poblaciones rurales, a las cuales se les arrebató los medios de producir una alimentación sana en condiciones justas, condenándolas a la migración y a engordar los cinturones de miseria de las grandes urbes. El informe de 2011 del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas sobre las perspectivas de la población urbana mundial, indica que son las áreas urbanas del planeta las que absorberán el crecimiento de la población mundial en los próximos cuarenta años. Si hoy más de la mitad de los seres humanos viven en ciudades, en 2050 serían 9'300 millones de los cuales 6'300 habitarían en áreas urbanas, la mayoría de ellas en África y Asia (ONU 2012). No es posible considerar el empobrecimiento urbano sin enfocar una de sus principales causas: la dinámica de expulsión del campo, vinculada estrechamente con el sistema alimentario mundial.

Quiebre de la frontera Norte-Sur

Ahora bien, resulta cada vez más evidente el quiebre de la frontera socioeconómica Norte-Sur. Lo que hemos descrito a nivel global en el ámbito de la crisis alimentaria y de las amenazas para el sector rural en los países más empobrecidos, se va acercando de nuestra vivencia cotidiana.

En el Estado español, la población comienza a enfrentar problemas en el acceso a los alimentos. Es el país europeo donde más ha aumentado la desigualdad en los últimos años. Actualmente, se contabilizan cerca de once millones de personas en riesgo de exclusión social² (FOESSA 2012, 7). Esta situación afecta particularmente a la infancia, puesto que el 30% de los/as menores de 18 años enfrentan dicho riesgo. De forma tal, que es el tercer país de la Unión Europea (después de Rumania y Bulgaria) con mayor pobreza infantil (FEDAIA 2012, 11). De acuerdo con los datos proporcionados por Cáritas y la Cruz Roja Española, la alimentación representa la mayor parte de las ayudas económicas prestadas en los últimos años (65% en el caso de Cáritas y 45% en el caso de la Cruz Roja) (Save The Children 2013, 22-23). Recordemos además los resultados de la reciente investigación llevada a cabo por el Síndic de Greuges de Cataluña (Defensor del Pueblo). Concretamente, se resaltó que cerca de 50'000 niño/as menores de 16 años sufrían de malnutrición, subrayando los casos de 751 atendido/as con síntomas de desnutrición por los servicios médicos catalanes (2013, 7-8). A ello se van añadiendo problemas sanitarios como la obesidad vinculada con el empobrecimiento. La Organización Mundial de la Salud observa que el Estado español es uno de los países de la Unión Europea (UE) con mayor prevalencia de sobrepeso infantil, registrando un 33% en la población entre 5 y 17 años, mientras que la media europea es de 25%. La obesidad

infantil afecta principalmente a la población de nivel socioeconómico y de educación más bajo (Fundación Ideas 2011, 10-11).

El mundo rural europeo también atraviesa una profunda crisis desde hace años, que afecta particularmente a las pequeñas producciones agrícolas. Se estima que en un gigante de la agricultura como Francia, han desaparecido en 10 años un cuarto de las explotaciones³. Esto ocurre en un contexto en el cual, adaptándose a las normas dictadas por la Organización Mundial del Comercio (OMC), la Política Agrícola Común (PAC) tiende a una cada vez mayor desregulación de los mercados agrícolas. En efecto, en sus diferentes reformas, la PAC ha ido reemplazando los mecanismos de control de los precios, por subvenciones que se reparten de forma desigual entre las explotaciones agrícolas.

En Cataluña, esta crisis hunde sus raíces en las transformaciones que ha vivido la sociedad en los últimos 50 años. Al respecto, Badal, Binimelis et al. nos recuerdan que entre 1962 y 1999, desaparecieron 60% de las explotaciones agrícolas. La situación ha llegado al punto de que una sociedad en la cual la mayoría de la población era campesina, ha pasado a un esquema donde el sector agrario ocupa a menos del 2% de la población activa total (2011, 31-34). Esto se vincula también con el álgido problema del relevo generacional, analizado por Soronellas y Casal (2012), entre otros. A nivel territorial, la agresión urbanística y la especulación sobre el suelo han jugado un papel preponderante, sobre todo en las zonas del litoral, como el Maresme y el Baix Llobregat⁴. En esta última comarca, entre 1955 y 1990, la superficie cultivada se redujo a la mitad, a causa de la expansión industrial y urbana. Además, a partir de 1985, se registró una importante pérdida del suelo cultivado debido a las grandes obras de infraestructuras viarias y ferroviarias, el desvío del Río Llobregat, la creación de la Zona de Actividades Logísticas, y el Tren de Alta Velocidad (PABLL 2006, 1).

Un elemento importante vinculado con la crisis del campo se ubica con la responsabilidad exterior del modelo de producción y consumo. Al respecto, la reciente Evaluación de los Ecosistemas del Milenio (EME 2012) concluye que la economía española ha pasado de ser una "economía de producción" a transformarse en una "economía de adquisición". De forma tal, que desde los años 60, se ha operado una considerable transformación a nivel metabólico. En términos físicos, el Estado español ha modificado su posición como abastecedor neto de productos al resto del mundo, para convertirse en receptor neto de los mismos. Hoy, el 60% de las importaciones españolas de biomasa agrícola, hidrocarburos y minería, en tonelaje, proviene de países empobrecidos, donde su producción genera graves conflictos sociales y ambientales. EME estima asimismo que la economía española ocupa 2.4 millones de hectáreas de tierra agrícola en terceros países para sostener nuestro modo de alimentación. En Cataluña, si se considera la evolución del volumen de los intercambios de productos agroalimentarios entre 2006 y 2011, y particularmente aquel de las hortalizas, se observa que el saldo es claramente negativo, puesto que las importaciones superan en gran

2 Véase también: <http://www.publico.es/espana/423486/la-pobreza-en-espana-mas-cronica-que-nunca>

3 Véase: <http://goo.gl/A5LSba>

4 Véase: <http://deltaviu.org/>

medida a las exportaciones (Llistar 2012, 65). A todo ello cabe añadir que por ejemplo, en 2011, los alimentos importados por el Estado español recorrieron en promedio cerca de 4'000 kilómetros, generando un grave coste para el medio ambiente (AdT 2013)⁵. De la misma forma, el estudio de Heras (2010) demuestra hasta qué punto se hace insostenible el consumo energético vinculado con la adquisición de alimentos que no son de cercanía.

El sector mayorista: un eslabón ineludible en la actual cadena alimentaria

Es evidente que la comercialización constituye un ámbito determinante a la hora de pensar el modelo de producción y de consumo. En ese sentido, en los últimos años, un área particularmente bien estudiada y objeto de movilización se ubica en las grandes superficies⁶. A pesar de los avances en términos de la producción ecológica, los circuitos cortos y la venta directa, hoy por hoy, la gran mayoría de la agricultura catalana sigue siendo convencional y destinada a la comercialización al por mayor. "¿Por qué no hago venta directa? Produzco 6'000 Kg. de verduras cada día. ¿En qué mercado podría colocar todo esto?" pregunta uno de los agricultores del área de Barcelona que entrevistamos. Consideramos que se requiere aún entender cómo funciona el sector mayorista, debido a que se trata de un eslabón prácticamente ineludible de la actual cadena alimentaria.

En Cataluña, los mayoristas se concentran principalmente en Mercados de Abastecimientos de Barcelona S.A. (Mercabarna). Por ello, al reflexionar sobre cómo podríamos contribuir en la elaboración de herramientas que se dirijan hacia una necesaria nueva cultura del consumo urbano, decidimos examinar más de cerca este espacio, donde quizás, se dispone de algún margen de acción. Tomamos por hilo conductor a la hortaliza más consumida y más producida en el Estado español, y a la vez, la más emblemática en la alimentación catalana: el tomate. La primera parte del informe se concentra en el estado actual de la producción y del consumo en Cataluña. El segundo capítulo intenta explicar en la medida de lo posible el complejo mundo de Mercabarna, destacando principalmente cómo acaba incidiendo en la agricultura local. En el tercer capítulo proponemos un estudio de caso sobre el primer país empobrecido de donde Cataluña importa tomate: Marruecos. Prestamos particular atención a los impactos económicos, sociales y ambientales generados por los monocultivos de tomate marroquí, aspirando a poner en relieve la responsabilidad exterior de nuestro modelo de consumo. Finalmente, a partir de todos los elementos abordados, concluimos en la última parte con la propuesta de una línea de trabajo de cara al futuro.

⁵ Se importaron más de 25 millones de toneladas, representando un gasto de 23'000 millones de euros y una emisión de 4 millones de toneladas de CO₂, en productos que en muchos casos pueden ser producidos dentro del Estado (AdT 2013).

⁶ Véase por ejemplo Montagut y Vivas (2007) y <http://supermercatsnograncies.wordpress.com/>.

I. El tomate en Cataluña

1.1 Un producto emblemático

Es evidente que el tomate es un ingrediente estrella en la cocina catalana. Representa más del 20% de las hortalizas consumidas en esta comunidad autónoma (Heras 2010, 62). En 2012, el consumo anual de los hogares *per cápita* fue de 17.5 kilos⁷. Pero el tomate también es uno de los emblemas de la huerta catalana. En el año 2012 fue **la hortaliza más producida en Cataluña**, representando el 20% del volumen total. Ese año, se produjeron 52'278 toneladas, repartidas en 1'411 hectáreas⁸. El 70% de los cultivos se concentró en nueve comarcas, dos de las cuales se encuentran en la provincia de Barcelona y representan, por sí solas, un tercio de la producción (Maresme y Baix Llobregat).

Tabla 1. Principales comarcas productoras de tomate en Cataluña en 2012

(Por tipo de cultivo, superficie y volumen)

Comarca	Tipo de cultivo		Producción	
	Al aire libre (hectáreas)	En invernaderos (hectáreas)	Volumen total (toneladas)	Proporción dentro de la producción total de tomate en Cataluña (porcentaje)
Maresme	177.65	61.15	12'143	23%
Baix Camp	127.11	12.09	4'792	9%
Baix Llobregat	104.85	8.45	4'167	8%
Gironès	115.4	0	4'154	8%
Baix Ebre	78.10	21.59	3'794	7%
Alt Empordà	76.3	0	2'746	5%
Segrià	57	7.1	2'470	5%
Baix Empordà	62.56	0.04	2'254	4%
Montsià	49.8	7.2	2'025	4%

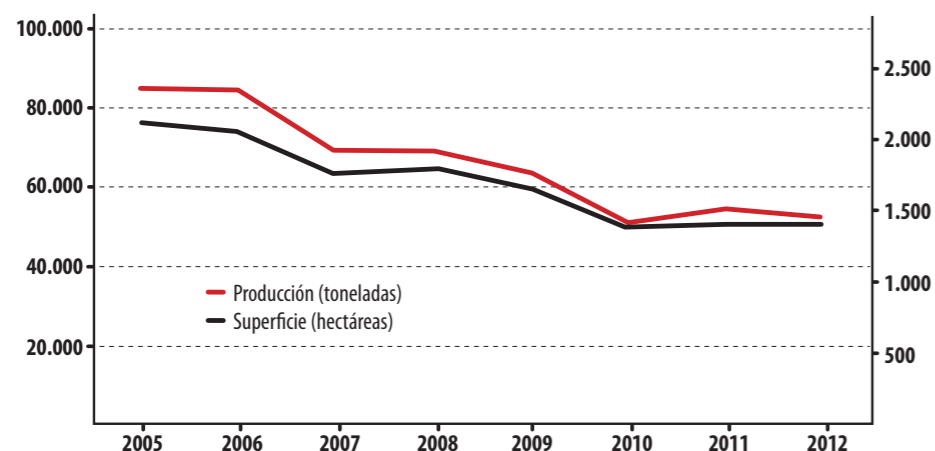
Elaboración propia a partir de los datos del Departamento de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Generalitat de Cataluña (<http://www20.gencat.cat/portal/site/DAR>, consulta: 22 de enero de 2014)

A partir de estas consideraciones, resulta sorprendente **la disminución de la producción catalana de tomate en los últimos años**. Concretamente, en 2012 se produjeron 32'000 toneladas menos que en 2005, lo cual representa una **reducción del 40%**. A la vez, la superficie dedicada a esta hortaliza se redujo en 706 hectáreas. En el siguiente gráfico se evidencian ambos descensos.

⁷ Véase: <http://goo.gl/mT9yf7>

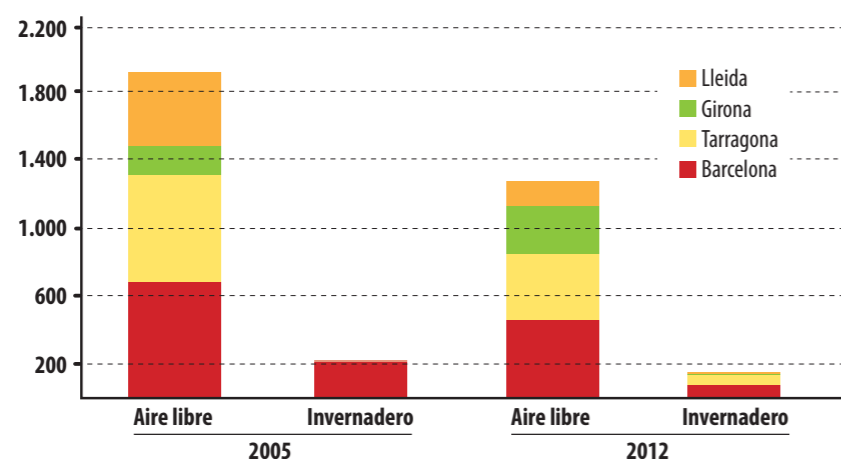
⁸ Fuente: <http://www20.gencat.cat/portal/site/DAR> (consulta: 22 de enero de 2014)

Gráfico 1. Evolución de la producción del tomate en Cataluña entre 2005 y 2012.
(Volumen en toneladas y superficie de cultivo en hectáreas)



Elaboración propia a partir de los datos del Departamento de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Generalitat de Cataluña (<http://www20.gencat.cat/portal/site/DAR>, consulta: 22 de enero de 2014)

Gráfico 2. Cultivo de tomate en las provincias de Cataluña (2005 – 2012)
(Superficie en hectáreas, por tipo de cultivo)



Elaboración propia a partir de los datos del Departamento de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Generalitat de Cataluña (<http://www20.gencat.cat/portal/site/DAR>). [Consulta: 22 de enero de 2014]

1.2 ¿Por qué producimos menos tomate?

La explicación de este fenómeno se sitúa en una multiplicidad de factores y dimensiones vinculados con la crisis de la agricultura catalana mencionada en la introducción. Empero, en lo que se refiere específicamente al tomate, en la mayoría de entrevistas realizadas, **los agricultores apuntan a la caída del precio y a la consecuente dificultad de competir:**

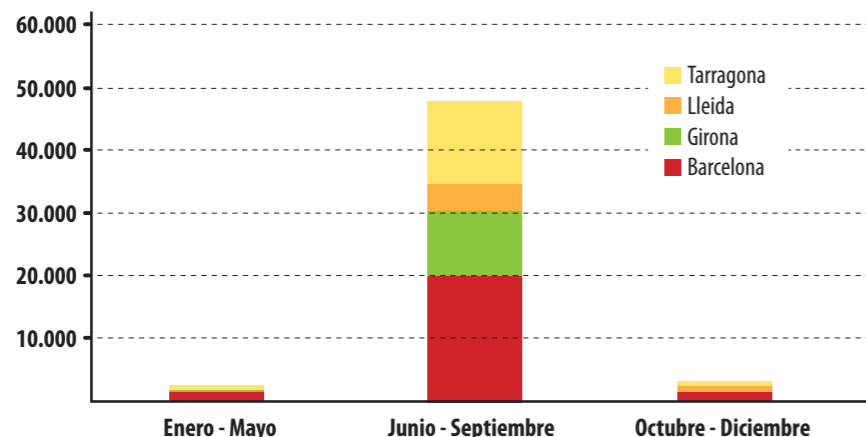
“Hoy, en el Baix Llobregat se hacen mucho menos tomates. Es por el precio. Por ejemplo, si antes te daban 60 céntimos, te salía aún a cuenta. Pero últimamente, ha llegado a 30 céntimos. Y ahora se han quedado muchos dentro del campo, porque en el momento de la maduración, se sabía que no se podría vender.”

O.M., agricultor de Sant Boi de Llobregat

1.2.1 Temporadas de producción y de consumo doméstico

Para entender la competencia entre el tomate proveniente del exterior y el catalán, resulta útil evaluar las temporadas de producción. De forma general, el clima en Cataluña permite producir tomate entre el final de la primavera y el final del invierno. En efecto, en las zonas de litoral y bajo invernadero se puede comenzar a cosechar desde el mes de mayo. Además, se logran plantaciones tardías que permiten cubrir el periodo entre octubre y enero, si bien el rendimiento puede llegar a resultar hasta dos veces menor en comparación con los cultivos tempranos. De forma tal, que la producción fuera de temporada es residual. Por ejemplo, en 2011, año en el cual se produjeron 54'000 toneladas en toda Cataluña, el tomate fuera de temporada representó apenas el 11%. A su vez, los cultivos al aire libre permiten comenzar la cosecha en junio (para San Juan) y en el caso de las plantaciones tardías, prolongarla hasta diciembre. En esos casos, los rendimientos son también muy reducidos al terminar el año, debido, entre otros, a las dificultades en la maduración. Así, **el 90% de la producción tiene lugar entre junio y septiembre.**

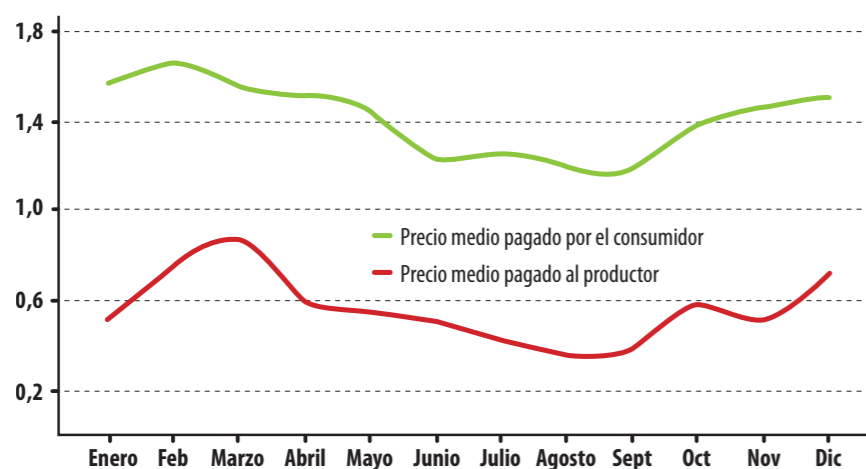
Gráfico 3. Producción de tomate en Cataluña por temporada de cosecha en 2011
(Toneladas por provincias)



Elaboración propia a partir de MAGRAMA (2012a)

Es precisamente en ese periodo cuando a más bajo precio se encuentra el tomate, tanto para el productor como para el consumidor.

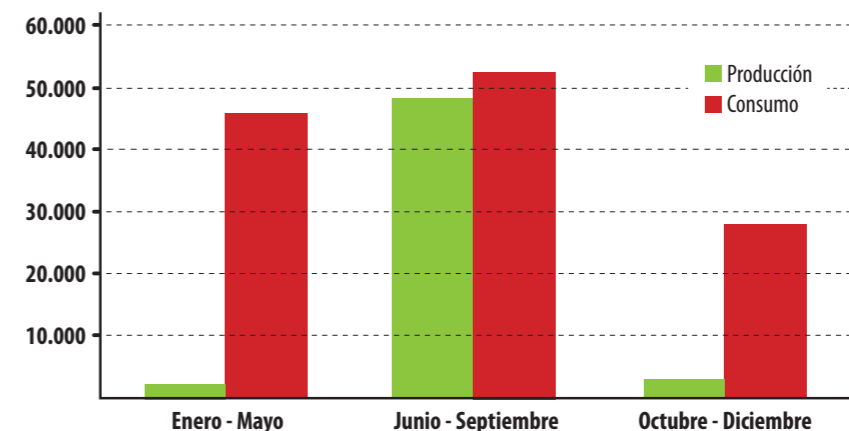
Gráfico 4. Evolución de los precios percibidos por los productores y pagados por los hogares en Cataluña (2011)
(Euros por kilo)



Elaboración propia a partir de MAGRAMA (2012b) y GENCAT (2013c).

Si consideramos a la vez los periodos en los que se consume el tomate en los hogares, se observa que éste tiende a adaptarse relativamente a la temporalidad, y que es mayor entre junio y septiembre. No obstante, resulta evidente que **la producción catalana no puede dar abasto si se aspira a consumir tomate todo el año**, tal como se demuestra en el siguiente gráfico. Es importante comentar, que no hemos integrado las cifras demandadas por la restauración y la industria alimentaria, con las cuales existiría un déficit, incluso en temporada alta. Por otra parte, la realidad sería posiblemente diferente si no se hubiera reducido tanto la producción en los últimos años, como comentamos anteriormente.

Gráfico 5. Producción versus consumo doméstico de tomate en Cataluña en 2011
(Toneladas por época del año)

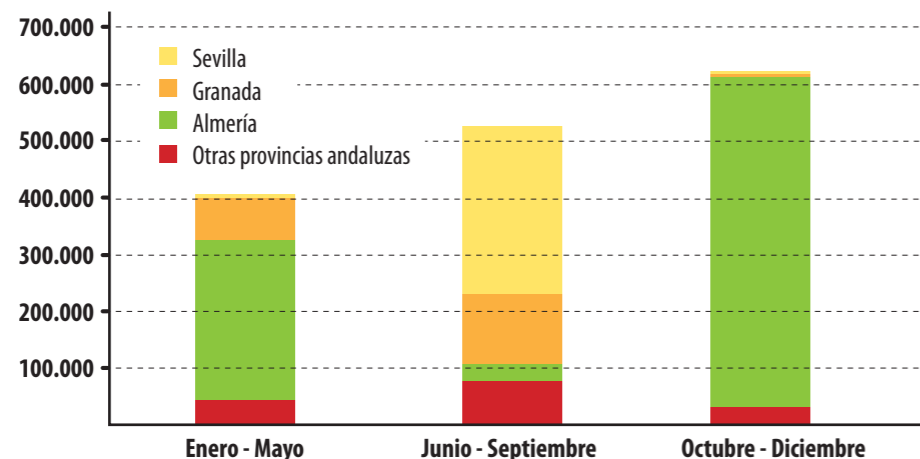


Elaboración propia a partir de MAGRAMA (2012a y 2012b).

1.2.2 ¿Qué tan “culpables” son el tomate de Almería y el marroquí en la disminución de la producción catalana?

La principal zona de producción de tomate en el Estado español es Andalucía, que registró en 2011 el 40% del total estatal. Y en particular, Almería, que por sí sola concentra el 23% (MAGRAMA 2012a). Es precisamente esta región la que provee la mayoría del tomate consumido en las otras comunidades autónomas, y Cataluña no es una excepción. Sin embargo, **difícilmente se puede atribuir al tomate de Almería la caída de los precios del tomate catalán en la temporada alta catalana**. En efecto, tal como se observa en el siguiente gráfico, la producción en el sur del Estado español es importante entre junio y septiembre, pero **su periodo de mayor cosecha tiene lugar fuera de temporada**, entre octubre y diciembre, precisamente cuando el campo catalán menos rinde.

Gráfico 6. Producción de tomate en Andalucía por temporada cosecha en 2011
(Toneladas por provincias)



Elaboración propia a partir de MAGRAMA (2012a)

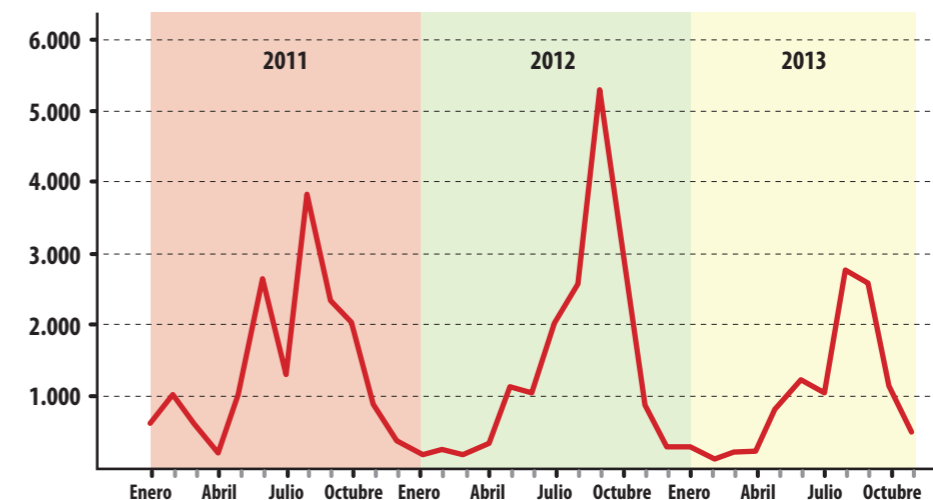
Considerando la relación con la producción andaluza, un agricultor comenta cómo existía anteriormente cierta complementariedad, que se ha visto vulnerada por el tomate marroquí, pero en invierno.

“Antes, no llegaba el tomate de Marruecos en invierno. Los que eran los jefes eran los de Almería. Comenzaban a traer género desde noviembre y acababan a primeros de mayo. Entonces cuando terminaban, comenzábamos nosotros. Luego comenzó a llegar tomate de Marruecos. El tomate comenzó a bajar de precio. Pero también la judía verde, todas las hortalizas que compiten directamente con Almería. Yo nunca he ido por allí, pero dicen que la mayoría de las explotaciones de Marruecos las trabajan ex – agricultores de Almería. Los de Almería tuvieron entonces que alargar la temporada”

B.L, productor de tomate en Viladecans

Marruecos también se caracteriza por la producción de tomate fuera de temporada, tal como lo veremos en el tercer capítulo. **La competición entre Almería y el país magrebí impacta efectivamente sobre la producción catalana “fuera de temporada”,** la cual, tal como lo vimos anteriormente apenas representa el 11% de la producción anual. Por tanto, la saturación del mercado y la caída del precio en la temporada alta se vinculan con la competencia con tomate “extranjero”. Al respecto, **llama particularmente la atención en qué momento del año se sitúan las importaciones.** Tal como lo ilustra el siguiente gráfico, a nivel de Cataluña, **es precisamente en la temporada alta de la producción local (de junio a septiembre) cuando llegan tomates de otros países.**

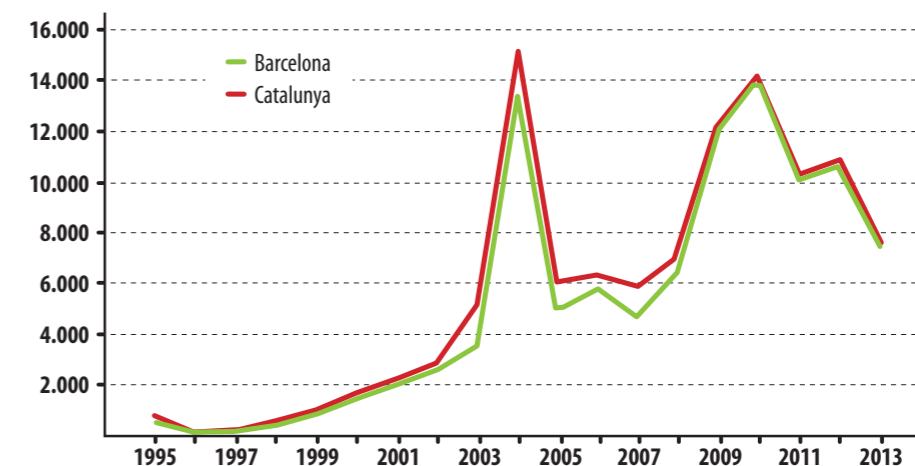
Gráfico 7. Importación de tomate en Cataluña (2011-2013)
(Toneladas por meses)



Elaboración propia a partir de Datacomex (Consulta: 2 de enero de 2014)

Considerando más de cerca las **importaciones en temporada alta** en la provincia de Barcelona y en Cataluña (prácticamente idénticas), se evidencia cómo se han ido incrementando en los últimos años, particularmente desde 2004. **Lo más probable es que esta evolución explique la caída de la producción de tomate en Cataluña.**

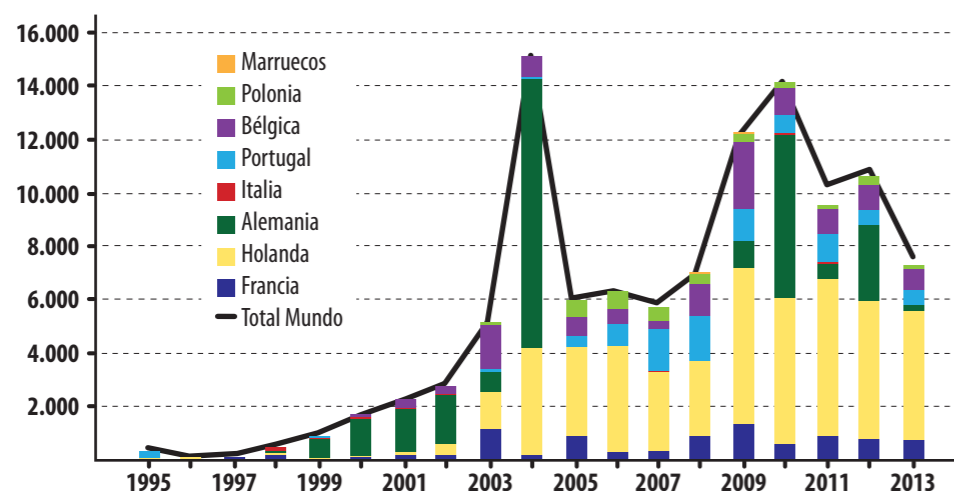
Gráfico 8. Evolución de las importaciones de tomate en Barcelona y en Cataluña en temporada alta (junio-septiembre) (1995 – 2013)
(Toneladas)



Elaboración propia a partir de Datacomex (Consulta: 2 de enero de 2014)

Si observamos en detalle los países de origen de las importaciones catalanas, **entre junio y septiembre**, se descubre que en realidad **el tomate marroquí es marginal frente al que proviene de países como Holanda o incluso Alemania**. Nuevamente aquí, señalamos que las cifras para la provincia de Barcelona son prácticamente idénticas.

Gráfico 9. Importaciones de tomate en Cataluña en temporada alta (junio – septiembre) por país de origen (1995 – 2013)
(Toneladas)



Elaboración propia a partir de Datacomex (Consulta: 2 de enero de 2014)

1.2.3 Tomate holandés en verano, a 30 céntimos el kilo en... Mercabarna

Para entender por qué se importa en temporada alta el tomate, se debe considerar al principal mercado mayorista donde se concentra la comercialización de las hortalizas catalanas: **Mercados de Abastecimientos de Barcelona S.A. (Mercabarna)**. **Es allí donde se canaliza, por ejemplo, el 65% de la producción de hortalizas del Baix Llobregat** (PABLL 2006, 4). De acuerdo con varios testimonios de agricultores que venden sus productos en Mercabarna, en los últimos años se ha producido un incremento de tomate holandés en el mercado, en plena temporada alta para Cataluña, y llegando además a precios con los cuales les resulta muy difícil competir.

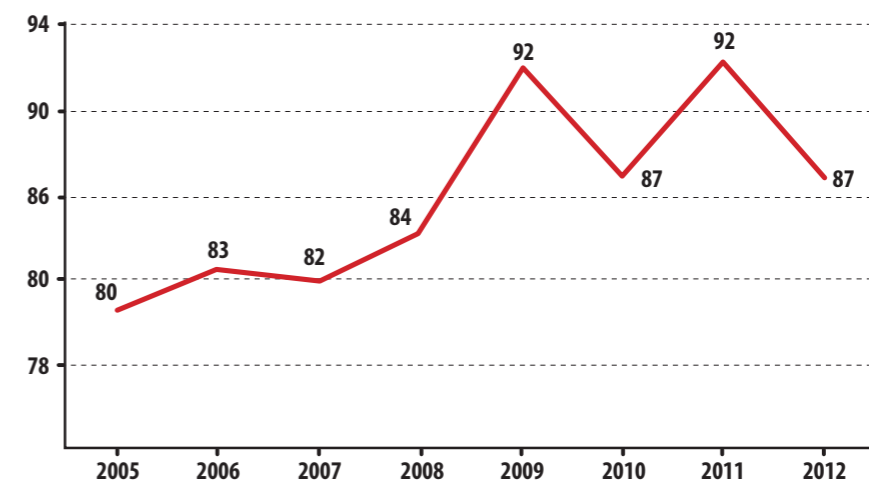
“El holandés llegó a 30 céntimos y en septiembre. Lleva la marca de Holanda, pero habría que ver de dónde es verdaderamente. ¿Cómo les sale a cuenta a ese precio? No lo he probado. Son variedades que aguantan muy bien el transporte.”

E.L., productor de tomate

*“El tomate holandés que llegó es un tomate maduro y muy malo. Lo traen a un precio, que yo creo que... Le preguntamos al presidente de la Asociación del Gremio en Mercabarna, cómo les salía a cuenta el precio de 30 céntimos el kilo. Miramos cuánto valía la caja, el pallet, el embalaje, el transporte. Y les salía más caro de la cuenta. **Nosotros hemos dejado de hacer tomate maduro a causa de los holandeses, desde 2002**. Ellos comenzaron en esa época. Y nosotros hacíamos un tomate de rama, muy bueno y jugoso. Pero los tenderos comenzaron a decirnos que no les aguantaba una semana. Y nos decían que el holandés lo ponían incluso al sol y no se arruinaba. Yo no quise hacer una guerra de precios. Opté por producir más bien pepino.”*

B.L., agricultor del Baix Llobregat

Gráfico 10. Tomate comercializado en Mercabarna entre 2005 y 2012
(Miles de toneladas)



Elaboración propia a partir de MB (2012, 6)

En 2012, el tomate representó el 16% del total de las hortalizas comercializadas en Mercabarna (MB 2012, 6).

El tomate maduro de Almería fue el quinto producto más comercializado, llegando a 25'000 toneladas. De hecho, de esta región provinieron las mayores proporciones de tomate maduro (58% del total de tomates vendidos) y de tomate verde (50%) (MB 2012). Por otra parte, el tomate es la **segunda hortaliza más importada en Mercabarna** (después de la patata). Entre 2007 y 2012, el promedio importado ha representado alrededor del 10% del volumen total comercializado. No obstante, **no fue Marruecos el principal lugar de origen**. Los más grandes proveedores fueron: Holanda (47.9%), Bélgica (10.8%) y Francia (10.3%) (MB 2012). La opción de un mayorista por la importación parece darse cuando coinciden las siguientes

circunstancias: el precio del alimento importado, incluyendo la logística, es menor al del productor local; y el producto importado tiene una gran capacidad de conservación. Consideraremos estos aspectos al profundizar las relaciones entre Mercabarna y los agricultores locales en el siguiente capítulo.

Reflexionando sobre el tomate holandés y el marroquí, en una entrevista, J. García, Director de explotación de Mercabarna comenta:

“Es muy posible que estemos comprando, vía Holanda, producto español. Puede salir más barato que comprado directamente a Almería. En Holanda son grandes negociadores y consiguen esos tratos. Tienen una política que hace que antes de tirar el producto, saquen lo que puedan. Y pueden inundar el mercado con tomate de 10 céntimos, que es lo que le ha costado el envase. Por no perder, lo venden así. Y el productor de aquí, de Almería o de Murcia, no es capaz de hacer esto, y entonces pierde posibilidades de venta. Lo tienen que tirar. Si lo trae aquí, no lo saca a 10 céntimos, eso lo sabe hacer más bien Holanda.

Es fácil que Holanda pueda comprar 50 camiones de un tomate concreto y los distribuya en el mercado. Nosotros compramos a Marruecos cuando hay falta de stock en España. No es un gran producto, el marroquí. No es un buen tomate ni una buena judía verde. Son productos que aguantan bien la temperatura, fuertes, resistentes, de pieles muy duras. No nos gusta demasiado a nuestro paladar. Pero si no hay, es un buen referente, es próximo y es barato. Pero si hay producto local, no compramos a Marruecos, porque no tiene entrada. Nuestro mayorista dice que prefiere Almería o al productor local. Pero cuando no hay, se vende cualquier cosa, y tiramos de Marruecos. Hacen mucho fuera de temporada, cuando les compramos ganamos un mes o un mes y medio.”

Cabe señalar en lo que atañe a las importaciones catalanas de tomate holandés que proporcionamos anteriormente, han sido objeto de una consulta específica a Datacomex, y se refieren explícitamente a tomate que proviene de Holanda y que ha sido producido allí.

Importar tomate en verano: una práctica habitual en Mercabarna

Cabot Fruits, una empresa mayorista presente en Mercabarna trabaja con el tomate durante todo el año. De acuerdo con su gerente, **los tomates provienen del Estado español, pero en los meses de verano son importados de Francia**, “donde trabajamos con fuerza la marca Saveol, hasta el punto de ser el principal cliente de esa empresa francesa en España”. Su cartera de clientes se centra en otros mayoristas en Cataluña, Baleares, París-Rungis, Perpignan, en tiendas independientes, así como en “la cadena de supermercados de cercanía de Cataluña”. La exportación supone el 35% de la facturación de la empresa, y se destina principalmente a Francia e Italia (F&T 2011, 7).

El Grupo Diego Martínez es uno de los mayoristas que más paradas tiene en Mercabarna (17). La importación supone más del 35% de su oferta y procede de 40 países para “satisfacer tanto la contraestación como las procedencias europeas”. El principal producto comercializado es **el tomate, que no solo procede del Estado español, sino que se importa de Europa en los meses de verano** (F&T 2011, 22).

Gavà Grup es una de los mayoristas que cuentan con producción propia en Almería (de pepino). El tomate representa más de un tercio de las ventas de esta empresa. Durante la campaña de invierno, proviene del Estado español, pero de acuerdo con su director, “**complementamos con tomate de Francia, Bélgica y Holanda durante los meses de verano, siendo uno de los proveedores más fuertes de tomate holandés en España**” (F&T 2011, 66).

Países como Bélgica, Francia u Holanda son importantes productores de tomate en Europa. Más aún, en 2013, Holanda se convirtió en el primer exportador mundial de tomate, rebasando a México⁹. No es extraño que de allí provenga la mayor cantidad de tomate importado por Cataluña y comercializado en Mercabarna. Lo que sí llama la atención es **cómo, en qué condiciones y en función de qué criterios se producen situaciones como la importación sistemática de tomate en el periodo del año donde más produce el campo catalán**. El funcionamiento de un espacio como Mercabarna, que consideramos en el siguiente capítulo, se encuentra en el nodo central de esta problemática.

9 Véase: <http://goo.gl/dvLsu9>

Recapitulando...

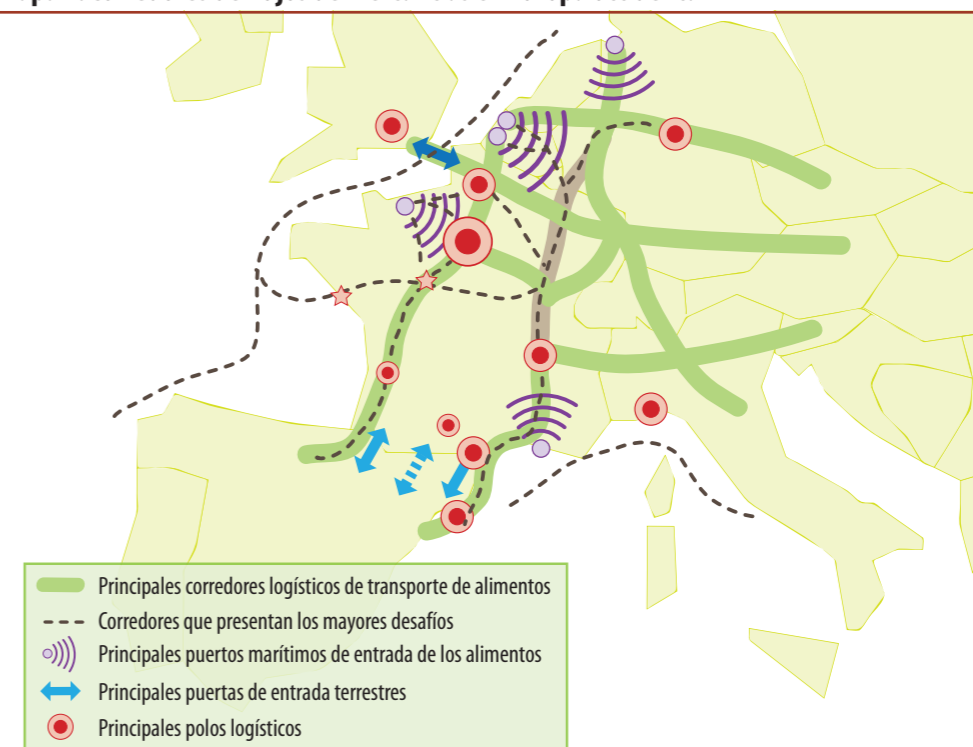
- El tomate es un producto emblemático en Cataluña. Representa el 20% de las hortalizas consumidas por lo/as habitantes, y de las hortalizas producidas en toda la comunidad autónoma.
- Un tercio de la producción catalana se concentra en dos comarcas de la provincia de Barcelona (Maresme y Baix Llobregat).
- Entre 2005 y 2012 se ha reducido la producción en un 40%, y se han perdido más de 700 hectáreas de cultivos de tomate. Esta disminución se vincula con la caída del precio y la dificultad encontrada por los agricultores para competir con el tomate que llega del exterior.
- Actualmente, la producción catalana no logra cubrir el consumo doméstico. No obstante, durante la temporada alta (junio – septiembre), en la cual se sitúa el 90% de la producción, el déficit es mucho menor.
- La importación de tomate en Cataluña comenzó a finales de los años 90 y ha tenido un crecimiento significativo a partir de 2004.
- La mayor parte de las importaciones tienen lugar en la temporada alta para el campo catalán, en un mercado ya saturado y con precios bajos. Estas importaciones representan el 20% del tomate consumido por los hogares catalanes en verano.
- No se compite con Almería o Marruecos, como usualmente se afirma. En efecto, el tomate andaluz y el marroquí son esencialmente productos fuera de temporada.
- Las principales importaciones de tomate en temporada alta en Cataluña y en Barcelona provienen de Holanda, Bélgica y Francia. La importación marroquí es residual en ese periodo del año.
- En particular, el tomate holandés llega al mercado mayorista que absorbe la mayoría de hortalizas catalanas, Mercabarna, a un precio que no permite ninguna competencia. La importación de ese tomate en verano es una práctica sistemática en Mercabarna.

II. Mercabarna: un ejemplo de nodo agroalimentario internacional

2.1 De mercado mayorista a “hub”

El actual sistema alimentario global no sería posible sin la base material del comercio mundial, es decir, sin la tupida red intermodal que interconecta distintas formas de transporte entre sí (ferroviario, marítimo, por carretera, aéreo) en todo el planeta. Así, se asegura un movimiento continuo de miles de millones de contenedores dentro de los cuales también van alimentos. Las plataformas de distribución y comercialización, convertidas de forma creciente en “hubs” constituyen piezas clave de lo que algunos denominan las “autopistas de la alimentación”¹⁰. En Europa, los centros de mayor calibre se ubican en Perpignan (Saint-Charles International, Francia), París (Rungis, Francia), Munich (Alemania) y Milán (Italia)¹¹.

Mapa 1. Corredores de flujos de mercancías en Europa occidental



Fuente: CCIR – PMCA – PESC (2013)

¹⁰ Véase : <http://www.rtve.es/alacarta/videos/la-noche-tematica/noche-tematica-autopista-alimentacion/1058644/>

¹¹ Véase: <http://www.saintcharlesinternational.com/Pages/LeMarcheDesFruitsEtLegumesEnEurope.aspx>

Tal como lo veremos con el caso de Mercabarna, los mercados mayoristas se acercan cada vez más a ese modelo, y ya no pueden ser considerados únicamente como agentes de distribución a nivel local, regional o estatal. Esto conlleva serias implicaciones sobre la producción agrícola y el consumo, que iremos considerando en este apartado. Para darnos una idea de la magnitud de este sector, debemos recordar que en el Estado español, cerca de 50% del consumo total de frutas y verduras se comercializa desde la Red de 23 Mercas gestionada por la empresa pública Mercasa¹². Los más importantes en términos de volumen son Mercamadrid y **Mercabarna**. En este último, **se comercializa el 13% del total de frutas y verduras frescas consumidas en el Estado** (Soler 2013).

“Mucho más que un mercado”

Mercados de Abastecimientos de Barcelona S.A. (**Mercabarna**) es una **empresa pública**, creada en 1967 bajo el control de: el Ayuntamiento de Barcelona mediante Barcelona Serveis Municipals (51%); la sociedad estatal Mercados Centrales de Abastecimientos S.A., MERCASA (37%); y el Consejo Comarcal del Barcelonés (12%).¹³ Se encarga de gestionar un espacio de 91 hectáreas donde han sido paulatinamente concentrados los grandes mercados del sector agroalimentario de la ciudad: el antiguo Mercado Central de Frutas y Verduras o Mercado del Born (1971), el Matadero de Barcelona (1979), el Mercado Central del Pescado (1983), el Mercado Central de la Flor (1984), y el Mercado de Frutas de l’Hospitalet de Llobregat (1989)¹⁴.

Entre las 800 empresas presentes en Mercabarna, 500 se encuentran en los mercados propiamente dichos y el resto se ubica en la Zona de Actividades Complementarias (ZAC), que ocupa 60 hectáreas. Estas últimas son principalmente: empresas especializadas en la manipulación, maduración, envasado, distribución, importación y exportación de productos frescos y congelados; centrales de compra de las grandes cadenas de distribución; proveedoras para el sector de la restauración; y una serie de empresas de servicios logísticos, de transporte, laboratorios de control de calidad, servicios informáticos, etc.



El clúster alimentario ha sido pensado desde la logística del transporte multimodal, para convertirse en una plataforma de entrada y salida de productos por vía aérea, marítima y terrestre, argumentando que *“el origen y el destino de los alimentos se encuentran cada vez más alejados”*. Esta perspectiva ha determinado su ubicación en la Zona Franca de Barcelona, a proximidad del Aeropuerto, del Puerto marítimo de contenedores¹⁵, de la Terminal TIR, de la estación ferroviaria de mercancías, y del nodo viario del Llobregat. En ese sentido, existe también un interés creciente en Mercabarna por el Corredor del Mediterráneo que conectaría Lyon con Madrid, pasando por Barcelona. En efecto, se estima que el Corredor haría *“más eficiente la importación y la exportación de productos perecederos”*.

Fuentes: <http://www.mercabarna.es>, <http://www.mercabarna.es/premsa-publicacions/video-teca/view.php?ID=3>, <http://goo.gl/UZv6Z7>

2.2 Origen los alimentos

Mercabarna declara proveer de productos frescos a aproximadamente 10 millones de consumidores en Barcelona, Cataluña, el Estado español, Europa y otras regiones. En 2012 se comercializaron cerca de un millón de toneladas de alimentos¹⁶, la mitad de los cuales eran hortalizas (MB 2012, 6). Ahora bien, tal como lo vimos en el caso del tomate, el mercado se limita cada vez menos a la producción local.

¹⁵ Es importante recordar que el Puerto de Barcelona ocupa la tercera posición a nivel estatal detrás de Algeciras y Valencia, en términos de tráfico portuario (véase: <http://goo.gl/3QsQDj>). Los productos hortofrutícolas representaban en 2011 el 6.2% de su tráfico total (Galán 2012, 40).

¹⁶ Se contabilizaron exactamente 989.282 toneladas

¹² Mercasa fue creada en 1966, y coordina y gestiona la Red de Mercas por cuenta del Estado (Véase: <http://www.mercasa.es>).

¹³ El capital social de Mercabarna suma 14.3 millones de euros y es íntegramente de titularidad pública (véase: Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya, Núm. 5552 – 25.1.2010).

¹⁴ Soler (2013) proporciona interesantes elementos sobre la conformación histórica de los mercados en Barcelona.



Mercabarna (Foto ODG, enero de 2014)

*“La apertura al exterior es el factor clave. Donde éste fenómeno es más evidente es en el sector de las frutas y de las hortalizas. El negocio funciona (...). La tendencia es imparable: lo que comemos viene cada vez más de fuera. El Presidente de l’Associació de Concessionaris de Mercabarna (ASSOCOME), Joan Llonch, reconoce que **“es muy probable que dentro de unos años aquí no se produzca ni un tomate.”**”*

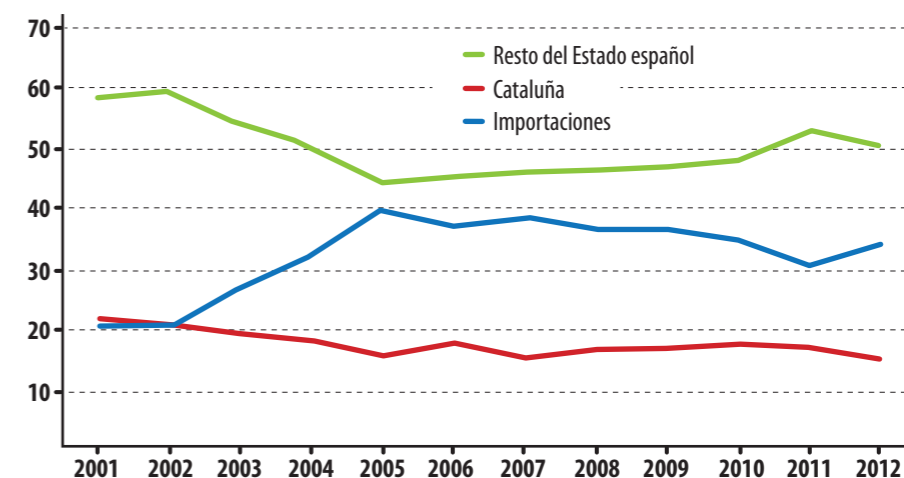
Artículo “El vientre de Barcelona”, La Vanguardia, 26 de febrero de 2006
(Véase: <http://goo.gl/hcdNFH>)

Si bien Mercabarna es uno de los patrones de la Fundación Dieta Mediterránea¹⁷, en los últimos años, la comercialización de los productos provenientes de otras regiones del Estado español, así como las importaciones, han superado considerablemente al género de origen catalán, tal y como se aprecia en los siguientes gráficos.

¹⁷ Véase: <http://www.mercabarna.es/mercabarna-solidaria/alimentacio-saludable/fundacio-dieta-mediterrania.html>

Gráfico 11. Evolución de la totalidad de productos que entraron en Mercabarna, por origen

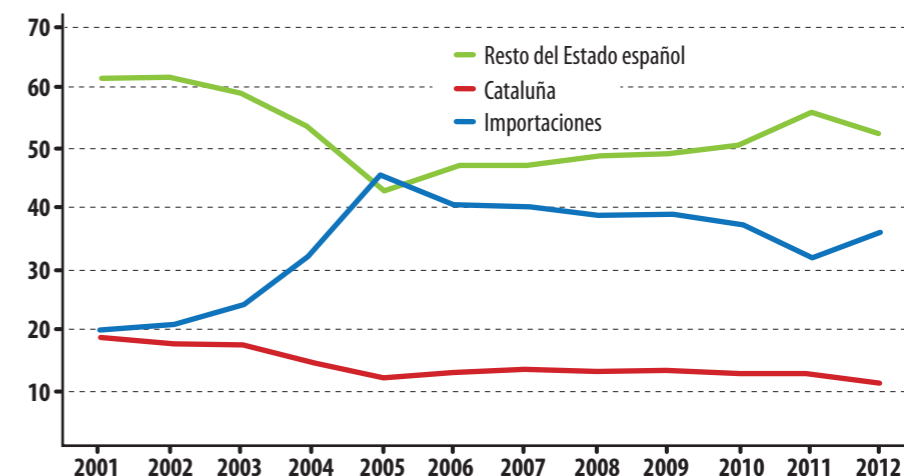
(2001 – 2012, en porcentajes)



Fuente: MB (2012, 13)

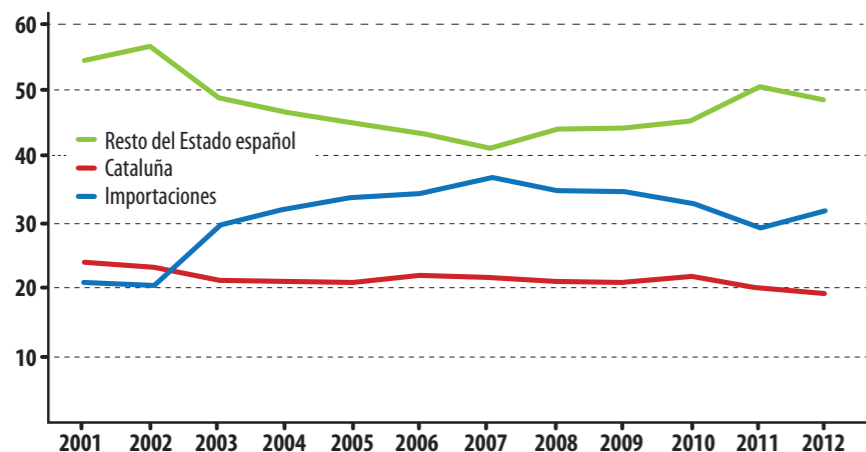
Gráfico 12. Evolución de las frutas que entraron en Mercabarna, por origen

(2001 – 2012, en porcentajes)



Fuente: MB (2012, 13)

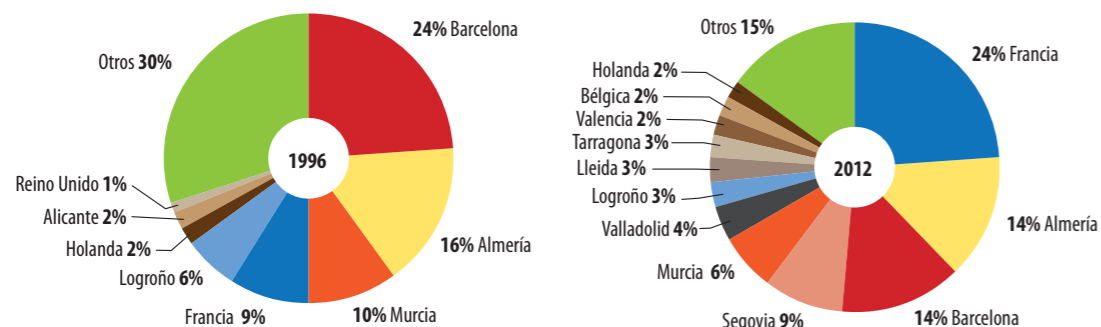
Gráfico 13. Evolución de las hortalizas que entraron en Mercabarna, por origen (2001 – 2012, en porcentajes)



Fuente: MB (2012, 13)

De forma más detallada, la procedencia de las frutas y hortalizas comercializadas entre 1996 y 2012 ha variado considerablemente. **Hace quince años, una cuarta parte de las hortalizas provenían de la provincia de Barcelona.** En 2012, esa proporción le correspondía a Francia, y Barcelona no alcanzaba a proveer ni el 15% de las hortalizas.

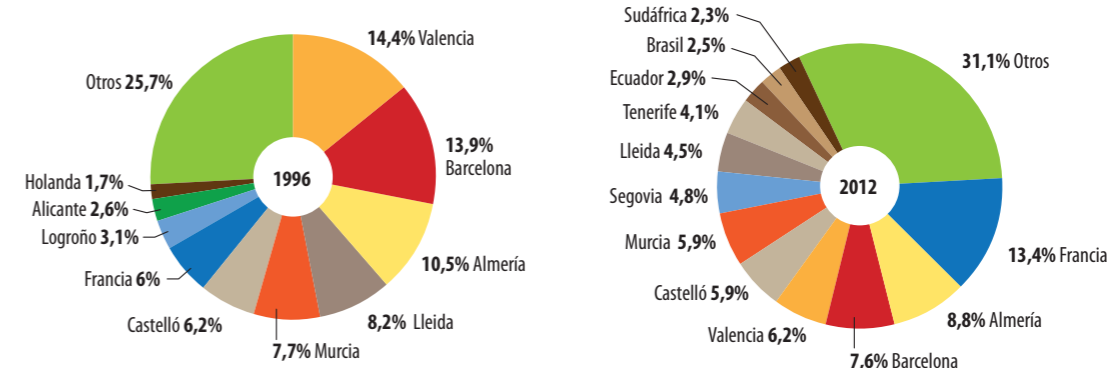
Gráfico 14. Procedencia de hortalizas comercializadas en Mercabarna en 1996 y 2012 (Porcentaje en proporción al total)



Fuente: MB (2012, 12)

Si se considera a las frutas y a las hortalizas de forma conjunta, la tendencia comentada anteriormente es aún más evidente.

Gráfico 15. Procedencia de frutas y hortalizas comercializadas en Mercabarna en 1996 y 2012 (Porcentaje en proporción al total)



Fuente: MB (2012, 12)

2.3 Destino de los alimentos: un perfil crecientemente exportador

Si consideramos el caso de Barcelona, tal como lo señala Soler (2013), el 75% de las compras de hortalizas de los hogares se realiza en dos espacios: las tiendas especializadas en frutas y verduras (47,2%) y los mercados municipales (27,9%). **Ambos se proveen en gran medida en Mercabarna¹⁸.** No obstante, si en los años 70 los productos se destinaban principalmente al consumo de los/las habitantes de Barcelona y del área metropolitana, hoy en día, la realidad es muy diferente. Mercabarna se va configurando como un “hub” internacional. A la vez que los productos comercializados provienen cada vez más del exterior, **sus exportaciones también están en pleno crecimiento.** Representaban en 2005 el 6% de sus ventas totales, en 2012 sumaban el 20%, y **en 2013 el 27%.** Lo que más se exporta son frutas y hortalizas (35% del total comercializado tiene por destino otros países).

Según la Asociación de Concesionarios de Mercabarna, la exportación se ha acentuado desde el inicio de la crisis económica, en 2007. Su presidente afirma que “*el mercado está muy parado, así que hemos decidido apostar por buscar compradores en otros países y aprovechar las infraestructuras que tenemos*”¹⁹. De acuerdo con Mercados Exteriores, una consultora especializada en la exportación que colabora con Mercabarna, los países más interesados en comprar son: Rusia, Polonia, la República Checa, Hungría, Ucrania y los Países Bálticos. A la vez, Francia e Italia son mercados más tradicionales, pero donde ganar cuotas de mercado requiere grandes inversiones o bien rebajar cada vez más

¹⁸ Por ejemplo, el 42% de los productos frescos que se comercializan en los mercados municipales proviene de Mercabarna (Soler 2013).

¹⁹ Véase: (MB 2014, 6), y <http://www.btv.cat/btvnoticies/2013/10/14/les-exportacions-a-mercabarna-creixen-any-rere-any/>,

los precios. Aquí es importante subrayar dos elementos. En primer lugar, no se exporta únicamente producción local. Cualquier producto, independientemente de su origen puede, si se dan las circunstancias, ser vendido al exterior. En segundo lugar, la exportación es viable sobre todo para las medianas y grandes empresas. En efecto, al margen de una venta puntual, establecer un acuerdo estable con un cliente internacional implica poder asegurar: complejidad logística, grandes volúmenes y continuidad en las entregas. Evidentemente, las pequeñas empresas no pueden asumir tales condiciones²⁰.

En el último año, se ha puesto en marcha el clúster “Mercabarna Export”, con el objetivo de facilitar la salida de las empresas de la Unidad Alimentaria hacia los mercados internacionales. Cuenta con 27 socios, la mayoría de los cuales son miembros de la Asociación Clúster Alimentario de Barcelona²¹, donde, tal como lo destaca Soler (2013), no participan los agricultores. “Mercabarna Export” ha diseñado tres ejes básicos para la exportación: comercial, logístico y financiero. De acuerdo con el Conseller de Agricultura, Ganadería, Pesca, Alimentació y Medio Natural, J.P. Pelegrí, el clúster es importante para que un sector “tan potente y dinámico como el agroalimentario tenga más oportunidades para crecer”.

2.4 ¿Qué espacio ocupa la agricultura local en Mercabarna?

En el siguiente cuadro consideramos a los principales actores en la comercialización de los alimentos en Mercabarna:

¿Quién compra?	¿Quién vende?
<p>El reglamento estipula que los compradores pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Detallistas y sus agrupaciones, cadenas y asociaciones • Instituciones sin ánimo de lucro que tengan una necesidad de productos para cumplir con su objeto social • Grandes superficies • Mayoristas que no están ubicados en el Mercado, exportadores y distribuidores • Empresas de restauración, hostelería y catering (sector “Horeca”) • Todo aquel que disponga de una autorización legal y que se quiera proveer de los productos del mercado para usarlos como mercadería, o como material en su actividad mercantil. 	<p>En una parada: las autorizaciones para ser titular tienen una duración máxima de 50 años. Los titulares pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayoristas autorizados para la venta al por mayor. • Cooperativas autorizadas para la venta al por mayor, “siempre que dediquen las paradas a la venta de sus productos o aquellos de sus asociados y demuestren capacidad suficiente para asegurar el funcionamiento de la parada con la continuidad adecuada” (Gencat 2010, 4203)²². <p>En “Las Marquesinas”: los agricultores que traen sus propios productos de forma puntual.</p>

Fuentes: Gencat (2010) y MB (2012) ²²

²⁰ Véase : <http://www.mercabarna.es/premsa-publicacions/noticies/view.php?ID=932> y <http://www.elperiodico.cat/ca/noticias/economia/exportacions-mercabarna-augmenten-ultimo-any-2702592>

²¹ Véase: <http://www.clusteralimentari.cat/>

²² A nivel legal, las cooperativas agrarias pueden comercializar cierto margen de productos prove-

Mercabarna va configurándose también como un espacio donde se pueden proveer las grandes superficies. En una entrevista, J. García, Director de explotación, afirma:

“En Mercabarna tenemos a las grandes distribuidoras a nivel local. Como Condis, etc., pero sus políticas internas les obligan a comprar en origen. Por ejemplo, Carrefour París les da la indicación a toda la red de que tienen que comprar en origen para saltarse a los intermediarios. Como nuestra relación con estas cadenas es de más de 30 años, se dan cuenta de que es mejor comprar en Mercabarna. Si compras en origen, tienes que comprar un campo entero, antes de que se produzca la cosecha, y lo tienes que comprar al precio que sea y a la calidad que sea. Mientras que comprando en Mercabarna, puedes conseguir la cantidad que necesitas ese día, al precio correcto y la calidad que quieras. Entonces, acaban viendo que tienen más posibilidades de éxito comprando en Mercabarna, aunque algunos días parezca que pagan un 10% más. Al final del recorrido, no tienen merma, no han tenido que meter en el mercado un producto que no les satisface. Tienen su porcentaje de producto que pueden comprar a nivel local. Carrefour les dice “todo a origen”, pero un 25% lo pueden comprar de proximidad. Y ese 25% lo compran en Mercabarna. No dejan de estar vinculados a los mercados mayoristas”.

Para entender el espacio que ocupa la agricultura local en Mercabarna, debemos recordar que un productor puede participar de cuatro maneras, que consideraremos en detalle en los siguientes apartados:

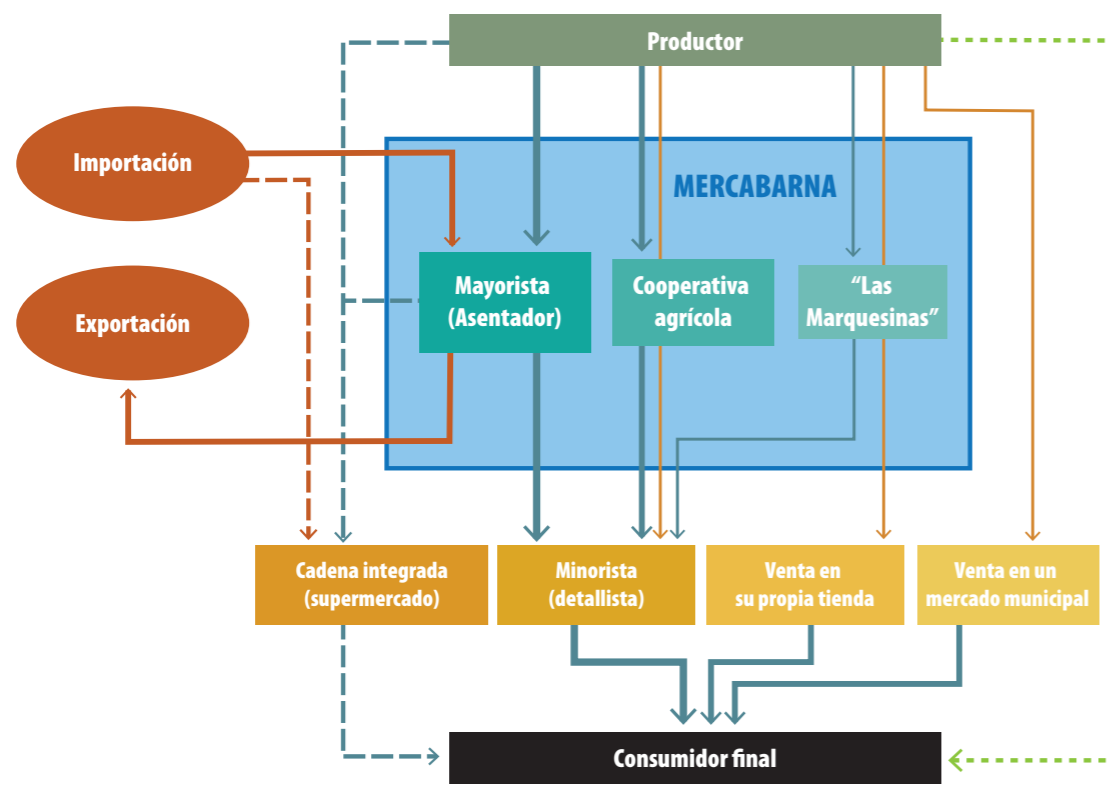
- Como proveedor de un asentador/mayorista
- Estableciendo su propia parada (convertido él mismo en asentador)
- Llevando verdura a una cooperativa agrícola de la cual es socio

Vendiendo directamente en “Las Marquesinas”, el espacio reservado para las ventas diarias.

nientes de terceros (Ley de Cooperativas, Sección 4, Artículo 93, véase: <http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1999-15681>).

En el siguiente esquema se ubican los principales canales de distribución utilizados por los agricultores en Cataluña, activos dentro y fuera de Mercabarna.

Esquema 1. Principales canales de distribución de los agricultores en Cataluña



Esquema elaborado a partir de un gráfico gentileza de Lluís Parés (Unió de Pagesos) y de Mercasa (2013, 14)

2.4.1 El agricultor como proveedor de un mayorista

De forma general, un Merca, como Mercabarna, opera mediante un sistema sustentado en diversos conjuntos de intermediarios entre el productor y el consumidor (canales de distribución) (Mercasa 2010, 13). En su seno, se configuran relaciones desiguales de poder, donde los criterios de selección aplicados por los mayoristas pueden tener una influencia determinante sobre la agricultura local. Veremos algunas dimensiones donde se ejerce este poder.

a) La importancia de la escala

En este tipo de espacios, se valorizan particularmente los **canales más integrados**. Al operar con grandes cantidades, se logra reducir de forma sustancial los costes de compra del género, de almacenamiento y de transporte. De forma tal, que **“una amplia variedad de surtido que precise múltiples puntos de aprovisionamiento supone costes logísticos más elevados”** (Mercasa 2010, 13-14). Se trata de principio que favorece a los proveedores que tengan la capacidad de entregar rápidamente y de forma homogénea un volumen importante de mercancías. Por ejemplo, esta lógica implica que, incluso en plena temporada alta, un mayorista en Mercabarna pueda preferir las hortalizas que provengan de un gran proveedor situado a cientos de kilómetros, en lugar de comprar a varios pequeños agricultores de la provincia de Barcelona. Al respecto, ya en 2006, el Director General de Mercabarna declaraba al periódico La Vanguardia: *“El producto más banal, siempre será conveniente que venga del Tercer Mundo. Gracias a las economías de escala, es más barato transportar en barco manzanas desde Singapur, que desde Barcelona a Granollers”*²³.



Monocultivos en el Parc Agrari del Baix Llobregat (Fotos gentileza de Lluís Parés)

²³ Artículo “El vientre de Barcelona”, *La Vanguardia*, 26 de febrero de 2006 (Véase: <http://goo.gl/hcdNFH>).



Monocultivos en el Parc Agrari del Baix Llobregat (Fotos gentileza de Lluís Parés)

Una consecuencia directa de esta lógica es que los agricultores locales tiendan a adoptar un modelo de producción basado en monocultivos, de tipo convencional, con todas las implicaciones que ello tiene sobre el medio ambiente, y asumiendo además riesgos importantes en caso de que algo falle.

b) Capacidad de conservación

Las decisiones que toma un mayorista también se encuentran condicionadas por el sector del mercado al cual pretende dirigirse su cliente (detallista o supermercado). De forma tal, que particularmente en el caso de las frutas y las hortalizas, cuando **“los consumidores aspiran a tener producto disponible todo el año”**, es importante disponer de almacenes que garanticen la conservación del producto durante periodos de tiempo más amplios, así como suministros procedentes de otros países en temporadas diferentes” (Mercasa 2010, 15). El tema de la **conservación** considerado aquí repercute sobre el modo de producción y las variedades vegetales de producto que escogen los agricultores. Tal como lo veremos en el caso de Marruecos, es por ello que allí se cultivan variedades de tomate de piel dura y resistente, en previsión del largo viaje que les espera hasta los puntos de entrega en Europa. Pero también se trata de un criterio que ha sido determinante en la producción local. Al respecto, dos agricultores del área de Barcelona comentan:

“Hacíamos variedades autóctonas de tomate, como el Palo Santo y varias otras. Las semillas nos las hacíamos nosotros mismos. Era un tomate que no tenía la piel dura, y la gente lo apreciaba. Pero ha pasado de moda. Eso sí, en la venta “a la menuda”, los gustos son diferentes de los de Mercabarna. Allí, piden tomate duro de piel, para que no se machaque demasiado”

O.M., agricultor del área de Barcelona que vendía en los mercados municipales hasta los años 80.

“Por eso hicieron luego los tomates “long life”, es decir “larga vida”. Con esos puedes jugar al tenis y no se arruinan. Ah, pero eso sí, no les vayas a buscar algo de sabor...”

D.L., productor que ha optado por la venta en su comercio propio en la ciudad de Barcelona.

c) “Calidad” a partir de criterios estéticos

El comentario de D.L. nos permite enlazar con otro elemento que impacta en la producción local: los criterios de “calidad”, asociados a la homogeneización del producto y a su estética. Este punto ha sido relativamente bien estudiado en lo que refiere a las exigencias de los supermercados de cara a los agricultores²⁴. En los mercados mayoristas, la situación es muy similar:

“Cuando vendes directamente, lo que buscas es que al consumidor le agrade el sabor, no sólo la vista. Es lo contrario de Mercabarna, donde trabajan mucho por la vista. Todas las normas de calibre y de calidad, van en función de tamaños, colores. No toman en cuenta el gusto.”

D.L., productor que ha optado por la venta en su comercio propio en la ciudad de Barcelona.

“La normalización existe. Primera calidad, segunda, etc. Hay normas. Nosotros las aplicamos, seleccionamos el tomate grande y el pequeño. Tienes que buscar variedades que hagan tomate lo más regular posible, para tener un mínimo de segunda y un máximo de primera. El cliente decide si quiere primera o segunda calidad.”

E.L., agricultor del Baix Llobregat

Una de las principales repercusiones que esta lógica tiene sobre un productor que pretenda acceder a Mercabarna, se ubica en la **imposibilidad de comercializar toda su producción**. Aquí se evidencia una diferencia fundamental entre la venta en Mercabarna y en un mercado municipal:

“En 1980 éramos más de 400 agricultores que íbamos a vender a la menuda en los mercados municipales de Barcelona. Eran paradas móviles, una manera de asegurar la rentabilidad de las explotaciones familiares. Si éstas hubieran dependido de ir a vender su género a Mercabarna, como se hace ahora, no hubieran podido sobrevivir.”

En aquella época, vendías todo lo que producías. No como ocurre ahora en Mercabarna, donde solo puedes vender la categoría de primera o a lo sumo de segunda. Si vendíamos manzanas, por ejemplo, hacíamos tres, cuatro pilas, en función del tamaño. La ventaja de la venta a la menuda no sólo es que vendes directo al consumidor, sino que puedes vender

²⁴ Véase por ejemplo Montagut y Vivas (2007).

toda tu producción. El género pequeño, pero de buena calidad, de buen sabor, tiene también salida, por un precio menor, pero lo vendes”

O.M., agricultor del área de Barcelona que vendía en los mercados municipales hasta los años 80.

Lo “incorrecto” y lo “correcto” en Mercabarna



Fuente: Presentación powerpoint de Josep Faura, responsable del Mercado de Frutas y Hortalizas de Mercabarna, 9 de septiembre de 2008. (<http://goo.gl/ke0f52>)

d) Seguridad alimentaria y normas sanitarias diferenciadas

De acuerdo con Mercabarna, “en todas las instalaciones se siguen las normas más estrictas de higiene y de seguridad alimentaria, así como todos los procedimientos exigidos por los programas de trazabilidad”²⁵. En lo que refiere a esta última, el sector se rige por la legislación europea, particularmente por el Reglamento (CE) n° 178/2002²⁶. Tanto la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición como la Agencia Catalana de Seguridad Alimentaria se encargan de velar por el respeto de la trazabilidad de la cadena alimentaria²⁷. No obstante, de acuerdo con algunos testimonios, parece ser aún una asignatura pendiente en espacios como Mercabarna:

“Esto pasa en Mercabarna, en Mercamadrid, en todos los Mercas. Nosotros hemos ido a ver allí con la gente de los consumidores. Y hemos fotografiado cajas con trazabilidad cero. ¿Cómo puedes tener cajas de manzanas que contienen peras? Si la etiqueta pone “manzanas” y la caja tiene peras, ¿quién las puso ahí? Los exportadores deberían ser más cuidadosos”

D.M., miembro de la Unió de Pagesos

A su vez, **las normas sanitarias tienen una aplicación selectiva**, lo cual constituye un elemento problemático para los proveedores locales. Existe una legislación fitosanitaria dentro de la Unión Europea, que enmarca, entre otros, la utilización de productos fito-farmacéuticos y pesticidas²⁸. En efecto, sólo se puede tratar los cultivos con productos homologados, y además, tras el tratamiento, se debe esperar un tiempo específico antes de cosechar. No obstante, **varios de los productores entrevistados han expresado que en este mercado compiten en desigualdad de condiciones del punto de vista sanitario**. Mercabarna reconoce la existencia de esta asimetría, tal como lo observa, en una entrevista, su Director de explotación:

*“Los productos tienen que llegar con una guía sanitaria para pasar la frontera y tienen que salir de aquí con una guía sanitaria, para venderlo a otro país, aunque sea comunitario. El cliente, cuando lo recibe, quiere tener su garantía sanitaria, que cumple la normativa europea con respecto a plaguicidas, pesticidas, etc. Esto, en lo que respecta a la normativa europea. Pero **no le pedimos lo mismo a un tomate de Almería que a un tomate de Marruecos**. Se puede entrar un producto con menos garantías sanitarias desde Marruecos. Porque la normativa europea es muy estricta en el producto interno, y menos en el producto externo.*

²⁵ Véase: <http://www.mercabarna.es/seguretat-telecomunicacions/index.html>

²⁶ Véase: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32002R0178:ES:NOT>

²⁷ Véase: <http://www.gencat.cat/salut/acsa/html/ca/dir1349/doc16319.html> y <http://goo.gl/IW29My>

²⁸ Véase: http://ec.europa.eu/food/plant/index_fr.htm y <http://goo.gl/i3hC38>

Esto es algo que la Unión Europea está trabajando desde hace años y no acaba de encontrar la fórmula adecuada. Hay pesticidas que no se pueden usar en Europa, pero somos más permisivos si vienen de fuera. En Europa ya no nos los dejan usar, quieren que sean productos mucho más sanos. Pero la OMS [Organización Mundial de la Salud] todavía los permite, y si vienen de otro país, permitimos esa entrada. Claro, el productor de aquí protesta mucho. Dice que le cuesta mucho dinero usar otro plaguicida, cuando en Marruecos lo pueden usar, y cuesta más barato. Llega un momento en que no puede luchar con el producto de Marruecos. Eso se nos va a nosotros de las manos. Es un marco legal. Aunque es cierto que cada vez Marruecos es más hábil, y sabe qué productos puede usar. Por ejemplo, si de aquí va a Berlín, allí tienen una normativa interna más estricta que el marco europeo. Por eso, Marruecos se adapta cada vez más a la normativa europea.

Un producto que viene de Almería y sólo se queda en Mercabarna seis horas, no necesita un control sanitario. Porque sólo se ha hecho un pequeño trade. Pero un producto que nos llega de un agricultor local, sí que necesitamos certificarlo para llevarlo a otro lugar. El agricultor nos trae el producto en cajas que son ilegales, que tienen varios usos, y llegan sin certificados. Tomamos unas muestras, las llevamos al laboratorio, y ahí sabemos si está correcto o no el producto.

e) La inseguridad de las ventas: "lo tomas o lo dejas"

A partir de estas condiciones y criterios de selección, los productores que buscan proveer a mayoristas en Mercabarna, se encuentran en una situación particularmente asimétrica. Y esto se acentúa aún más con la inseguridad de las ventas.

"No tenemos capacidad para gestionar el precio"

"Cargas el camión y vas a algunas paradas donde más o menos crees que puedes vender. No tenemos capacidad para gestionar el precio. No accedemos o no queremos acceder a la información diaria de cómo está el mercado. Ya tenemos bastante trabajo en el campo. Y entonces, estos señores venden y nos cobran 12% de comisión por la venta, aunque siempre es algo más. Nos roban lo que pueden, en kilos, en lo que sea. No sabes a cuánto han vendido realmente. Lo tomas o lo dejas. Si un día en el mercado sube de precio un producto, tú no te enteras. Además, te cobran un alquiler por la caja. O llevo las mías y las pierdo, porque no me las guardan, o bien son las de ellos y te cobran 30, 35, 40 y hasta 50 céntimos por envase.

No te pagan ni al día, ni a la semana. Lo normal es cobrar al mes. Hay lugares donde incluso te pagan dos meses más tarde. Si quieres cobrar antes, tienes que ir a otro tipo de paradas, más de mercado negro. Ellos te pagan al contado, pero los precios son más bajos, claro.

T.L., agricultor del Baix Llobregat que lleva sus tomates a los asentadores en Mercabarna.

Soronellas y Casal nos recuerdan que los grandes operadores y las cadenas comerciales constituyen monopolios que les permiten fijar los precios a la baja, abocando al mercado productos baratos y en muchos casos de baja calidad, sin tener en cuenta las condiciones o los costes de producción. Hasta los años 50 y 60, era habitual que los comerciales acudieran a los campos y que pactaran los precios de compra con los agricultores. Sin embargo, hoy en día la mayoría de las producciones son vendidas sin precio, y cuando llegan a los grandes mercados, son los mayoristas o los exportadores quienes lo determinan (2012, 71, 79).

"Si hay excedente, tienes que tirar el producto. Llevo dos meses tirando las lechugas. Cosechas 50 cajas, llevas tu género a Mercabarna y no lo puedes colocar ni a 20, 30 céntimos. Regresas al campo y lo tiras. Al día siguiente ya ni lo cosechas. Lo más caro es cosechar y llevar. En el mercado es oferta y demanda. Yo no puedo decir "venderé mi tomate a éste precio". Es el precio del mercado, y si yo lo llevaba a un precio más alto, tengo que bajarlo.

E.L., agricultor de Viladecans

*"Mercabarna es un mercado puro y duro capitalista, crudo. **Oferta y demanda regulan los precios.** Puede bajar o subir de forma exagerada, aunque sea puntualmente.*

D.L., agricultor de El Prat de Llobregat

No obstante, no todos opinan que sean “el mercado” o la oferta y la demanda quienes regulen los precios:

“Antes sí que era la oferta y la demanda. Ahora no. Oferta y demanda es cuando hay un número de consumidores que dicen “quiero esto”, y no hay. Entonces el precio sube. En realidad la oferta es ficticia, son cuatro personas las que llevan el mercado. Si les interesa bajar el precio, hacen venir un barco de dónde sea, y el precio cae en picado. Cuando les interesa que suba, cierran el grifo y ya está. ¿Interesa que baje? Por el IPC o por lo que sea, abren el grifo y baja en picado. Eso no es oferta ni demanda”

D.M, miembro de la Unió de Pagesos

“Los comerciales hacen los números al revés. Calculan “mi sueldo cuesta tanto, la parada cuesta tanto”, y a partir de ahí calculan lo que le pagan al agricultor”

T.L., productor de tomate

¿Qué ocurre con los productos rechazados? La primera opción es la destrucción por razones sanitarias. El Director de explotación de Mercabarna observa al respecto:

“Llega un camión. Al solo hecho de abrirlo, yo puedo rechazar la mercancía. Puedo tenerla en stock hasta que haga los análisis. Si no venía a buena temperatura, si el olor al abrir el camión era malo, tengo la opción de decir “retenido hasta que yo tenga los análisis pertinentes”. En origen están expectantes. Si el producto está en mal estado, el productor me dirá “cuento con que el camión va ir lleno con otro cargamento, necesito que se vacíe”. Lo llevamos al punto verde, y eso tiene unos costos, que asumirá el seguro o asumirá el productor, porque ha hecho entrega de un producto que no es lo que había pactado. Hoy en día un WhatsApp de compra es suficiente para ir a tribunales. Puede ocurrir que la empresa de aquí lo ponga en manos de los veterinarios de Mercabarna. No siempre es tan sencillo. Viene un veterinario y actúa de oficio. Y ya se aclarará el productor. Puede decir que lo destruyamos y lo pasa por el seguro, diciendo que se ha arruinado durante el transporte. El seguro paga lo mínimo.

Se puede también destruir alimentos también por razones económicas, tal como lo destaca D.M., miembro de la Unió de Pagesos.

“He visto un caso en que llegan cuatro camiones de fresas de Huelva. Sólo te compran dos. Al asentador le conviene más vender un camión a 5 euros el kilo que vender 2 camiones a 2,5 euros. Esas fresas estaban

perfectas, bien envasadas en cajitas de dos kilos. Pero los camiones se destruyeron. El que hace el negocio es siempre el asentador”

En los casos de productos rechazados, si se encuentran en buen estado, pueden ser derivados hacia el **Banco de Alimentos**, dentro de Mercabarna.

“Hay mucho producto que puede recircular hacia el Banco de Alimentos, hacia la caridad. No es apto para la venta pero sí para el consumo. Tenemos una nave que les cedimos como Mercabarna. Este año han gestionado 12% más de alimentos que el año pasado. Cada vez más, el mayorista de Mercabarna es más sensible a la situación de crisis y colabora más con el Banco de Alimentos”

J. García, Director de explotación de Mercabarna

En esos casos, quien parece resultar penalizado es el productor y el mayorista puede obtener incluso algún beneficio:

“Si llevo un camión y no me lo venden, se lo destruye o se lo lleva al Banco de Alimentos. Yo no cobro nada. Los asentadores tienen una exención fiscal cuando destinan los productos al Banco de Alimentos. Pero es el agricultor quien pagó el transporte”

D.M., miembro de la Unió de Pagesos

El precio de venta no siempre remunera los costes de producción. Por ejemplo, los agricultores entrevistados que producen tomate en invernadero en la provincia de Barcelona, han comentado que los costes rondan por lo general los 50 céntimos por kilo. Este coste se puede incrementar hasta 1 euro en la producción tardía. Y sin embargo, en 2013, considerado como un pésimo año, tuvieron que vender sus tomates a 40 céntimos, y puntualmente a 60 céntimos.

f) La necesidad de adaptarse continuamente

En la mayoría de entrevistas a productores que llevan su género a Mercabarna, se reitera la necesidad de adaptarse continuamente a las condiciones del mercado y de procurar una disponibilidad total de lo que éste “demanda”.

“En Mercabarna compites con productos de todo el mundo. Por eso tenemos que adaptarnos. Si no podemos competir con un tipo de tomate, intentamos hacer otro. Hacía tiempo que no hacíamos, pero tuvimos problemas con el pepino en Alemania. Toda nuestra empresa estaba montada para la producción de pepino. Cosechábamos todos los días. Imagínate qué pasó cuando comenzaron a decir que el problema era el pepino español, cayeron las ventas. Fue una barbaridad.

Por eso regresamos al cultivo de tomate. Intentamos cubrir los huecos que hacen falta en Mercabarna. En el invernadero hacemos una sola variedad de tomate, el verde de ensalada. Para nosotros, el 2013 no fue un mal año para el tomate, pero somos un caso particular. Plantamos el 15 de febrero, comenzamos a cosechar el 15 de mayo, y acabamos a inicios de agosto. Lo tuvimos antes que los otros y pudimos venderlo bastante bien. Pero sé que para otros ha ido muy mal”.

B.L., productor mediano del Baix Llobregat



Publicidad de un mayorista de Mercabarna (F&H 2011, 3)

Soronellas y Casal destacan que para poder competir, grandes explotaciones de huerta dedicadas a la producción industrial del tomate en el Delta del Ebro han tenido que reconvertirse del día a la mañana. El mercado había encontrado territorios con más capacidad de producción intensiva y a menor coste. Así, de forma creciente, las explotaciones deben asumir mayores riesgos para aumentar la mecanización, la tecnificación, renovar constantemente las variedades cultivadas para tener las de mayor rendimiento, y todo ello sin tener ninguna garantía de que podrán colocar sus productos en el mercado a mediano plazo (2012, 71).

“¡Especialízate!”

“Hay que preguntarse qué clase de relación tienen los agricultores con Mercabarna. Es un gran centro de distribución, en que el producto a veces se vende por calidad, a veces por precio. Y a veces se vende como se puede. Si hay un exceso de tomate, por ejemplo (y lo hay muchas veces al año), no vale nada. Se puede vender a 10 céntimos el kilo. Pero no es problema de Mercabarna. Es un problema del mercado. Los agricultores se enfadan y no nos traen tomate. Lo intentan vender en sus casas, o directamente a los supermercados. Cuando el tomate tiene un buen precio, y se lo quieren quitar de encima, lo traen a Mercabarna. Es un centro con el que juegan. No ponen todas las cartas encima de la mesa con Mercabarna. Solo cuando les interesa. Lo encuentro muy lícito como negocio que tienen que gestionar ellos.

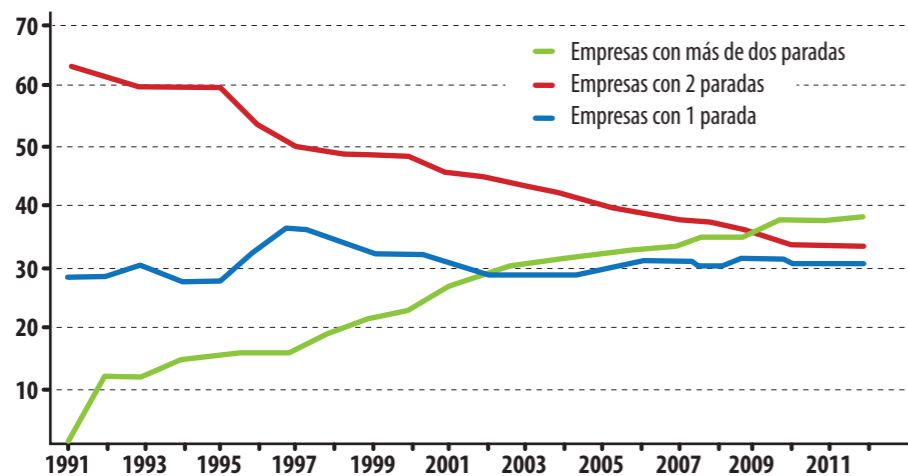
Aquí, sin duda, los agricultores compiten con productos de todo el mundo. Y no les gusta. Tienen un producto diferencial. Pero cuando yo quiero hacer una salsa de tomate, me es igual, lo compro de Almería. Los agricultores dicen “es que este producto nuestro es de aquí, y se tiene que consumir lo de aquí”. No. Genérame un tomate de Montserrat, o genérame un tomate de untar el pan, o que tenga un valor diferencial. Si es por un tomate para hacer salsa para un plato, el consumidor en la calle dirá “¿por qué tengo que pagar 80 céntimos contra el tomate de 30 si voy a hacer un sofrito?”. El cliente en la calle no es tan propenso al producto de proximidad como nos creemos. Los agricultores nos dicen “me lo tienen que comprar a mí porque soy de aquí al lado”. No. Les decimos: “Haz un tomate que la gente te lo compre, porque sólo puede comprar este tomate, porque es una variedad local, es muy sabroso, por alguna cosa. No puedes competir con precio con una central en Almería que hace miles de kilos diarios, cuando tu haces 150 kilos diarios, especialízate!”

J. García, Director de explotación de Mercabarna

2.4.2 Paradas de mayoristas en Mercabarna

En 2012, el Mercado Central de Frutas y Hortalizas contaba con 439 paradas, repartidas entre 149 empresas mayoristas y 11 cooperativas agrícolas. **Cuatro empresas controlaban el 13% de los puntos de venta**, y los **20 principales mayoristas disponían de más de un tercio del total de las paradas**. Esta concentración no siempre ha existido. Tal como se observa en el siguiente gráfico, el número de empresas con más de dos paradas no ha cesado de crecer en los últimos veinte años, en detrimento de aquellas que sólo poseen una (MB 2012).

Gráfico 16. Evolución del número de empresas en función de las paradas que controlan (1991 – 2012)
(Porcentajes)



Elaboración propia a partir de MB (2012, 18-19)

En los siguientes recuadros se ilustra la magnitud que puede llegar a tener un mayorista en Mercabarna.

1879: una parada en el Mercat del Born. 2008: control de 600 hectáreas en Brasil

CMR Group es uno de los grandes mayoristas en Mercabarna. Comenzó con una parada en el Mercat del Born en 1879, realizó su primera exportación en 1918, y su primera importación en 1965. El 40% de sus productos provienen del extranjero. Hoy tiene sedes en Holanda y Brasil, donde además dispone de 600 hectáreas en el Estado de Río Grande do Norte. De allí trae melón y sandía bajo la marca Cosarica. Además de sus paradas en dos pabellones de Mercabarna, dispone de una parcela de 1.7 hectáreas en El Prat de Llobregat, donde tiene una nave de 9'000 m², 28 cámaras frigoríficas con capacidad para 4'000 pallets, y 17 muelles de carga y descarga.

Fuente: <http://www.cmrgroup.es> y F&H (2011, 14).

El segundo mayor mayorista

De acuerdo con la Revista F&H (2011, 78), el Grupo Fernández es el segundo mayorista con mayor presencia entre los distribuidores del Estado español. La mitad de sus operaciones se ubican en Cataluña. El 68% de los productos que comercializa (120'000 toneladas) son importados de Europa y América del Sur. Dispone de una capacidad de almacenamiento de 7'500 pallets.

Un agricultor también puede participar en Mercabarna abriendo una parada propia, como asentador/mayorista, comercializando producción propia y ajena. Esta actividad implica, igual que en caso anterior, competencia y adaptación. Empero, se dispone de un mayor margen de acción que cuando se es únicamente proveedor. Por lo regular, los agricultores con parada tienen explotaciones de talla media.

“Nosotros llevamos 15 hectáreas, tenemos 24'000 m² de invernadero. Mercabarna es nuestro único mercado. ¿Por qué no hago venta directa? Produzco 6'000 Kg. de verduras cada día. ¿En qué mercado podría colocar todo esto?

Intentamos diferenciarnos cogiendo espinaca por la mañana y venderla esa mañana. O bien cosechar la alcachofa Prat, o traer el pepino más negro que nadie (los de Almería vienen con al punta más blanca). En verano sólo hacemos pepino y un invernadero de tomate. En invierno hacemos col, acelga, algo de lechuga. También traemos género de Almería. Pero intentamos tener productos de agricultores, privilegiar la relación entre personas, vernos las caras. Como nosotros también somos agricultores, hablamos el mismo idioma.

No exportamos directamente. Pero hay extranjeros, sobre todo franceses, que vienen a comprarnos acelgas, por ejemplo. Tengo clientes de Francia, de Italia, búlgaros, rusos, que vienen a comprar a Mercabarna. Son clientes como el tendero de al lado de tu casa. La diferencia es que compran en más cantidad”.

B.L., agricultor con parada en Mercabarna

“Mi abuela tenía la parada en el Mercado del Ninot. Yo le dejaba el producto a mi madre en la parada, y luego me iba a repartir a las pequeñas tiendas que había alrededor del mercado. Hace 25 años. Los tenderos fueron envejeciendo, no tuvieron relevo, y sus tiendas las tomaron un banco o un bar. Y entonces tuve que comenzar a llevar mi género a un asentador en Mercabarna. Cuando tienes 25 años, lo puedes todo.

Te levantas a las 5 de la mañana, vas al mercado, luego llevas el resto a Mercabarna. Pero era muy pesado. Por eso decidimos abrir directamente nuestra parada en Mercabarna.

El mío es producto de proximidad, no se exporta, se queda aquí. Tengo compradores desde Sabadell hasta otros lugares de Cataluña. Además tengo una clientela tradicional que sólo me compran a mí. Vendo a tiendas o a aquellos que tienen una franquicia en una pequeña tienda. Los que vienen a comprar desde Francia, buscan otro tipo de tomate, en otras cantidades. Esos ya vienen para rellenar el camión, compran por pallets. Yo vendo 20, 30 cajas.

Tenemos que vender para poder compensar todo el trabajo que nos ha costado producir. Para el mayorista que no produce, las cosas son diferentes. Sólo compra el pallet y luego lo revende, se queda 10 céntimos por kilo, le sale a cuenta."

E.L. agricultor con parada en Mercabarna

2.4.3 Venta en las cooperativas agrícolas

El número de cooperativas agrícolas presentes en Mercabarna no ha cesado de disminuir. En 1991 había 23 cooperativas y hoy sólo queda la mitad. Además, no disponen de un gran número de paradas. Sólo una de ellas tiene cuatro puestos de venta y las otras disponen de menos. Se ubican al fondo del Pabellón G del mercado, en un lugar con poca visibilidad. En algunas son los propios agricultores quienes atienden al comprador.



Puestos de venta de cooperativas agrícolas en el pabellón G de Mercabarna (Foto ODG, enero de 2014)

De acuerdo con los testimonios recogidos, las cooperativas cobran a los agricultores 12% de comisión y 30 céntimos por el alquiler de cada caja, tal y como los demás mayoristas. No obstante, entre las ventajas citadas se destaca un mayor acceso de los socios a la información sobre cómo está funcionando el mercado.

De acuerdo con Soronellas y Casal (2012, 72), las entidades de gestión de la venta de las cosechas en Cataluña han sido las cooperativas, sobre todo desde la entrada del Estado español en la Unión Europea. No obstante, de forma creciente, los agricultores han ido constatando que pasar por la cooperativa no les permitía conseguir mejores condiciones, y algunos han vuelto a vender a las empresas mayoristas para evitarse intermediarios y cobrar más rápidamente. Esto implica que para mantenerse, las cooperativas deben intentar mejorar las condiciones que ofrecen, no solamente a los agricultores, sino también a los compradores. En ese sentido, refiriéndose a la Cooperativa Agrària Santboiana, un socio comenta:

"Ahora, la cooperativa se da cuenta de que debe intentar clasificar directamente el género. Clasificar por categorías, y que ya salga de la cooperativa hacia Mercabarna por pallets. Si el cliente sabe que tú tienes x pallets de una calidad determinada, tiende a comprarte más. Hay más confianza, sabe todo lo que hay en el pallet."

Existe en Mercabarna, en otro pabellón, una sola cooperativa especializada en productos ecológicos, Hortec²⁹.

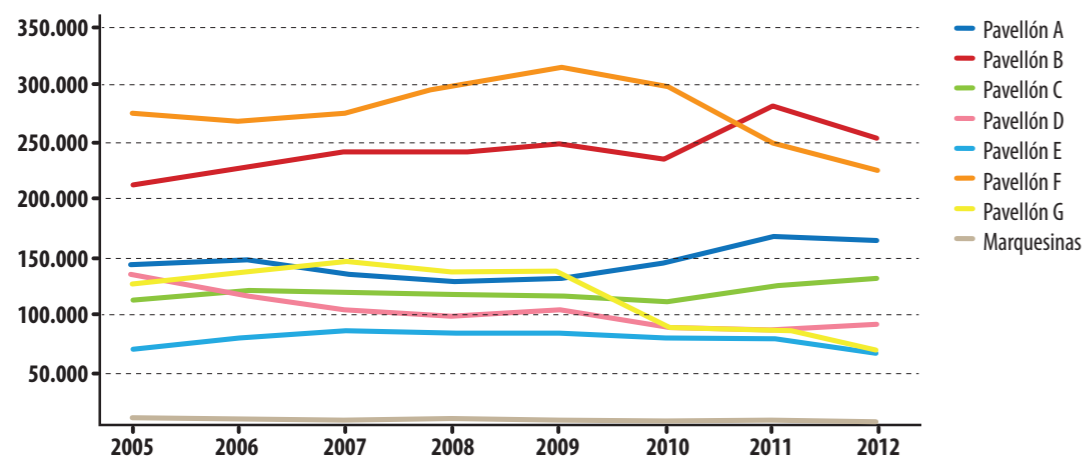
2.4.4 "Las Marquesinas"

La última opción de venta que tiene un agricultor se ubica en "Las Marquesinas". Se trata de un espacio situado al exterior de uno de los pabellones, bajo un techado. Allí, según las entrevistas realizadas, se puede alquilar un puesto por 7 euros al día, donde se venden los productos propios sin pasar por un mayorista y en pequeñas cantidades. Tal y como ocurría antes en las paradas de agricultores en los mercados municipales, son los familiares (principalmente mujeres o hijos/as) los que se encargan de la venta. No son paradas fijas, algunos agricultores acuden una o dos veces por semana.

Las entradas de productos en "Las Marquesinas" son totalmente marginales, en comparación con aquellas de los demás pabellones, tal y como lo refleja el siguiente gráfico. Entre 2005 y 2012, el promedio anual de frutas y hortalizas puesto en venta en "Las Marquesinas" rondaba las 3'100 toneladas, representando el 0.3% del total comercializado en todos los pabellones. Al respecto, un productor observa que nunca alquila un puesto allí porque es un espacio muy relegado e incómodo por estar a la intemperie. Y que de todas maneras los precios son bajos, puesto que los clientes son detallistas y no consumidores directos.

²⁹ Véase: http://www.hortec.org/static/web/cat/cooperativa_quisom.htm

Gráfico 17. Evolución de las entradas de producto por pabellón (Toneladas)



Fuente: MB (2012, 10)

Recapitulando...

- El actual sistema alimentario global no sería posible sin la base material del comercio mundial de mercancías: la red de transporte intermodal. Las grandes plataformas de comercialización, convertidas en "hubs" constituyen piezas clave de este sistema. Mercabarna va acercándose cada vez más a este modelo de distribución.
- En Mercabarna existe una apuesta abierta hacia la internacionalización. De forma creciente el origen y el destino de las frutas y hortalizas se sitúa en el exterior del Estado español. Esto no siempre ha sido así. Hace 15 años, la provincia de Barcelona proveía una cuarta parte de las hortalizas vendidas en este mercado.
- En Mercabarna se configuran relaciones desiguales de poder, en detrimento de los productores. Los criterios de selección aplicados por los mayoristas, así como su poder de decisión sobre los precios acaban teniendo una fuerte incidencia sobre el modelo de producción mayoritario que adopta la agricultura local.
- En Mercabarna no existe ninguna regla o política que favorezca el producto de proximidad per se. Los agricultores locales que venden allí compiten en un mercado globalizado, lo cual requiere por su parte una capacidad de adaptación cada vez mayor.
- La concentración empresarial en Mercabarna es cada vez mayor. Cuatro mayoristas controlan el 13% de los puntos de venta, y las 20 principales empresas disponen de más de un tercio del total de las paradas. Los más grandes asentadores llegan a poseer cientos de hectáreas en países del Sur y a tener una capacidad de gestión de miles pallets.

III. Tras las huellas del tomate marroquí

Tal como lo señalamos en el primer capítulo, el tomate producido en Marruecos no compite directamente con la producción catalana. No obstante, se trata del país del Sur desde donde más tomate se importa, tanto a nivel del Estado español, como de Cataluña. En ese sentido, **la consideración del caso marroquí ilustra los impactos que genera en un país empobrecido la "necesidad" de consumir tomate durante todo el año.** En este apartado, seguiremos por tanto las huellas de esta hortaliza en el país magrebí, prestando particular atención a las condiciones de producción.

3.1 Política agrícola marroquí: "Producir para exportar e importar para consumir..."

La agricultura constituye una actividad económica de gran importancia en Marruecos. De acuerdo con el Ministerio de la Agricultura y la Pesca Marítima, el sector genera 19% del PIB. El 15% proviene directamente de la actividad agrícola y el 4% de la agroindustria. Emplea a 40% de la población activa total, y a 81% de la población activa rural. Por otra parte, se estima que el 10% de la población total del país (3 millones de personas) depende económicamente de la producción de frutas y verduras (MAPM 2013a, 6).

El país tiene una superficie de 71 millones de hectáreas, de las cuales el 13% (9 millones) se destina a la agricultura³⁰. La producción de cereales ocupa el 70% de estas tierras. La concentración de las explotaciones agrícolas es importante: el **4% ocupa un tercio del total de las tierras agrícolas**, tal como se constata en la siguiente tabla. Son principalmente estas grandes explotaciones las que destinan su producción a la exportación.

30 Sólo 1.5 millones de hectáreas disponen de irrigación (MAPM 2013a)

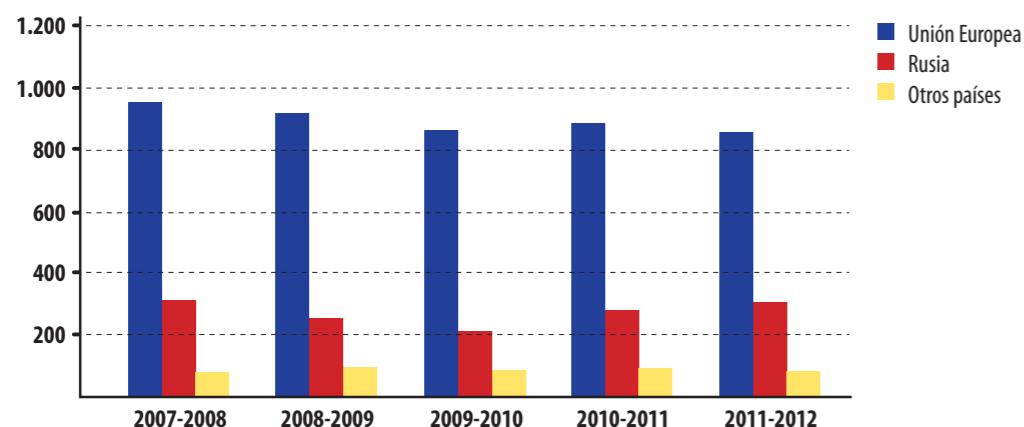
Tabla 2. Distribución de la tierra en las explotaciones agrícolas marroquíes

Categoría de la explotación	Número de explotaciones	Porcentaje frente al total de las explotaciones	Superficie Agraria Útil (SAU) ocupada (en hectáreas)	Porcentaje de la SAU total
Más de 20 ha	59'000	4.10%	2'870'900	32.90%
Más de 50 ha	11'000	0.70%	1'344'600	15.40%
Entre 20 y 50 ha	48'000	3.40%	1'526'300	17.50%
Entre 3 y 20 ha	610'600	42.70%	4'786'300	54.80%
Menos de 3 ha	762'000	53.30%	1'075'000	12.30%
Total	1'431'600	100%	8'732'200	100%

Fuente: MAPM (2012)

En el siguiente gráfico, se aprecia que **la Unión Europea es el principal mercado de las frutas y las verduras marroquíes**, si bien las exportaciones hacia Rusia comienzan a cobrar más peso (MAPM 2013a, 7)³¹.

Gráfico 18. Evolución de las exportaciones de frutas y verduras marroquíes por mercado (Miles de toneladas)



Fuente: MAPM (2013a)

Tres productos representan más de la mitad de la producción total de verduras: la patata, el tomate y la cebolla³². La producción de verduras se organiza en tres sectores: agroindustria, hortalizas de temporada y hor-

31 En total, 800'000 hectáreas se utilizan para la producción de frutas (65%) y verduras (35%). Los productos agrícolas representan 17% de las exportaciones totales, por un valor de 2'318 millones de euros. En la campaña 2011-2012 se produjeron 6.9 millones de toneladas de verduras y 3.8 millones de toneladas de frutas. Del total de ambos tipos de productos, el 12% se destinó a la exportación (MAPM 2013a).

32 Las proporciones para la campaña 2009-2010 fueron respectivamente de: 22%, 16%, y 12% (MAPM 2012, 129).

talizas fuera de temporada. Estas últimas ocupan alrededor de 30'000 hectáreas, la mitad de las cuales se encuentran bajo invernaderos. Actualmente, se produce anualmente 1.7 millones de toneladas de hortalizas fuera de temporada, de las cuales el 45% se destina a la exportación³³. Es importante resaltar la prioridad que se le otorga a este sector en la estrategia económica del gobierno de Marruecos. Este tipo de producción ha ido creciendo de forma sostenida en el proceso de liberalización de la economía. El **"Plan Marruecos Verde"**³⁴, destinado a organizar la política agrícola, se propone duplicar la superficie de hortalizas fuera de temporada hasta 60'000 hectáreas, con una producción de 3.5 millones de toneladas, de las cuales, 1.7 millones se destinarían a la exportación³⁵.

Un país con déficit alimentario

Marruecos es ciertamente un importante exportador de hortalizas fuera de temporada y de cítricos, pero a la vez es **un país estructuralmente deficitario en productos de base como los cereales, el azúcar y las oleaginosas**. La tasa de auto-suficiencia varía de 30 a 75% para los cereales, y 50% en lo que atañe al azúcar. En 2012, este país exportó cerca de 2'500 millones de euros de productos agroalimentarios, e importó por un valor de 4'400 millones de euros, teniendo un saldo deficitario de 1'900 millones de euros.

Si consideramos por ejemplo el caso de las relaciones con Francia, un socio comercial importante para Marruecos, de acuerdo con el Ministerio de Agricultura francés "el saldo franco-marroquí de intercambios agroalimentarios parecería orientarse de forma durable hacia un resultado positivo para Francia, explicado en particular por la alza de las compras de trigo, tanto en volumen como en valor, por Marruecos (...)" (MAAB 2013).

De forma general, el incremento de la producción de hortalizas en Marruecos no llega a compensar el déficit comercial alimentario de un país que importa cada vez más alimentos. Entre los 60 y los 70, Marruecos exportaba de forma creciente, pero las importaciones eran relativamente reducidas puesto que la producción agrícola lograba abastecer a la demanda local. Hoy en día, la realidad es muy diferente y domina la lógica del "producir para exportar e importar para consumir" (Aziki 2012). En ese sentido, cabe recordar ciertas pautas temporales importantes.

33 De acuerdo con el gobierno, este sector generaría 20 millones de jornadas laborales por año. Ver : <http://www.agriculture.gov.ma/pages/acces-fillieres/filiere-maraichage-de-primeur>.

34 Ver : <http://www.agriculture.gov.ma/pages/la-strategie>

35 Ver: <http://www.fellah-trade.com/fr/info-filiere/chiffres-cles/fruits-et-legumes>

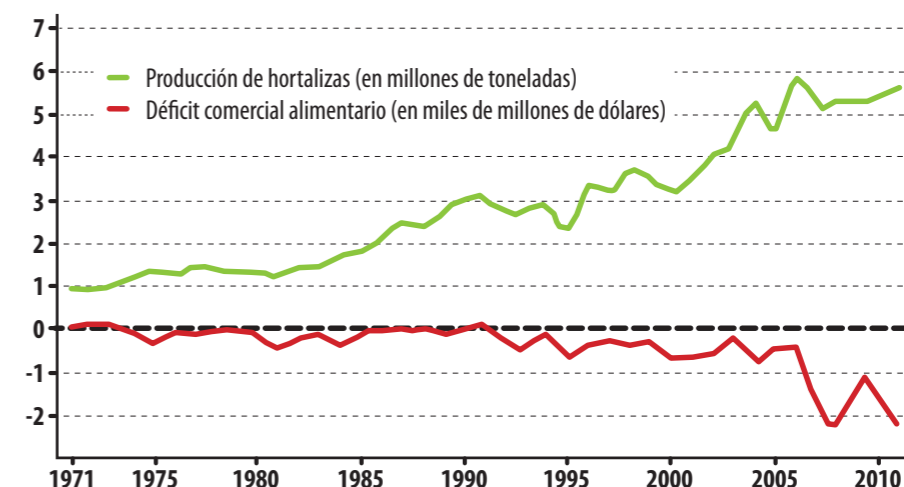
En los años 60, la intervención estatal en el sector agrícola era considerable. A destacar en aquel entonces: inversiones públicas en las infraestructuras de base (construcción de represas y equipamiento de grandes explotaciones agrícolas) que llegaron a representar el 60% de los recursos públicos dedicados al sector; y la recuperación de más de medio millón de hectáreas de la colonia que pasaron a estar bajo el control de la naciente burguesía agraria. A la vez, se estableció un Código de Inversiones Agrícolas destinado a la modernización de las explotaciones y a la intensificación de una producción destinada a la exportación. Se estableció un impuesto reducido para la producción agrícola, y posteriormente una exoneración total entre 1984 y 2013. En los años 80, momento de la aplicación del Plan de Ajuste Estructural (PAE) exigido por el Fondo Monetario Internacional (FMI) debido a la importancia de la deuda externa marroquí, se redujo la inversión pública en este sector, iniciándose el proceso de privatización de varias empresas agrícolas públicas. Comenzó también la liberalización de los precios de los productos agrícolas básicos. Hasta los años 90, el Estado tenía un papel central desde la Oficina de Comercialización y Exportación, que controlaba la producción nacional y la negociaba en el exterior. Pero la Oficina fue desmantelada, coincidiendo con la implantación de los grandes grupos empresariales en la agricultura.

El PAE agravó la situación ya precaria del campo: **el número de pequeños agricultores (contando con menos de una hectárea) pasó entre 1974 y 1996 de 900'000 a 400'000**. La polarización entre un puñado de terratenientes y millones de familias campesinas empobrecidas se acentuó aún más al firmarse acuerdos comerciales con los Estados Unidos y la Unión Europea (Aziki 2012).

Tal como podemos apreciar en el siguiente gráfico, el déficit comercial alimentario del país comienza a hacerse patente en los años 90, y se acentúa desde el 2000, momento en que entra en vigor el Acuerdo de Asociación firmado con la Unión Europea, el cual facilita aún más las exportaciones hacia Europa³⁶. Así, el desarrollo agroindustrial que tiende a implementarse en Marruecos no es social ni económicamente rentable. Más bien al contrario, se están desviando recursos productivos que podrían ser vitales desde la óptica de la soberanía alimentaria.

36 Ver: <http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/morocco/>.

Gráfico 19. Producción de hortalizas y déficit comercial alimentario en Marruecos.
(Toneladas y miles de millones de dólares estadounidenses)



Elaboración propia a partir de FAOSTAT (consulta: 1 de noviembre de 2013)

Desde 2008, Marruecos ha diseñado una política agrícola que refuerza el proceso de liberalización, en el marco del "Plan Marruecos Verde" (PMV), elaborado por el think-tank estadounidense McKinsey³⁷. El PMV tiene por objetivo de convertir al sector agrícola en el principal motor del crecimiento del país. Además de la creación de grandes polos económicos y el fortalecimiento de la agricultura de exportación, prevé un programa de desarrollo de la pequeña agricultura y la lucha contra la pobreza. Hacia 2020, el PIB agrícola alcanzaría los 9'000 millones de euros y se crearían 1.5 millones de empleos. El PMV cuenta con créditos de la Agencia Francesa de Desarrollo (AFD)³⁸ y del Banco Mundial y tendrá un coste de 13'000 millones de euros.

Su primer pilar consiste en el desarrollo de la "agricultura moderna", basada en inversiones privadas y en la creación de "núcleos de **agentes de agregación**". Dichos agentes son empresas que cuentan con superficies productivas superiores a las 100 hectáreas, y que coordinan o "agregan" a decenas de productores pequeños y medianos, para alcanzar conjuntamente sistemas productivos de tallas mayores (de 200 a 2'000 hectáreas). Esto sería posible gracias a dos tipos de contratos: entre el Estado y el agente de agregación; y entre éste y los productores menores.

El segundo pilar se ubica en la organización de un "acompañamiento solidario de la pequeña y mediana agricultura", gracias a tres tipos de proyectos:

37 Véase: <http://www.mckinsey.com/>

38 La AFD aprobó un préstamo de 90 millones de euros para el PMV, y una donación de 800'000 euros (MAAB 2013, 6).

una reconversión de la producción de cereales hacia aquella que cuenta con mayor valor añadido (olivo, almendra, cactus, etc.); una diversificación de la producción que permita obtener beneficios adicionales; y proyectos de intensificación vinculados con apoyo técnico. En total, se ha previsto la realización de 545 proyectos sociales que beneficiarían a 860'000 campesinos. Si cultivos como los cítricos, los olivos, las hortalizas, los cereales, los productos lácteos y cárnicos son considerados como prometedores "sectores de crecimiento", otras actividades como los dátiles, el *argan* y la apicultura forman parte del "acompañamiento solidario" (Akesbi 2012).

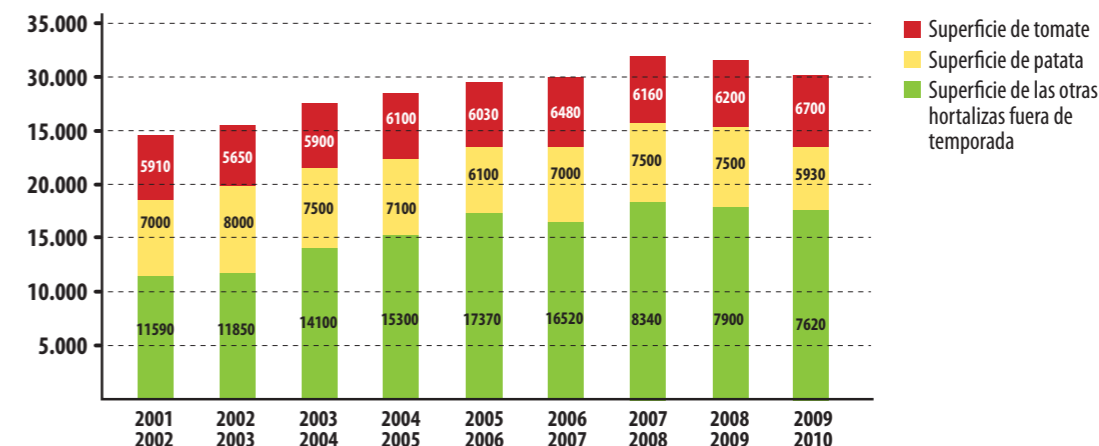
Entre las principales fallas del PMV, el economista marroquí Akesbi (2012) apunta que se considera a la agricultura como un sector económico más para el cual se requieren grandes inyecciones de inversión privada, ignorando las especificidades de la agricultura familiar. En Marruecos, la agricultura es sobre todo un modo de vida donde lo económico se entrelaza con lo social, lo cultural y lo religioso. El jefe de una explotación agrícola familiar no es el directivo de una empresa cuyo objetivo es la generación del máximo beneficio posible, sino más bien un jefe de familia que busca la reproducción del complejo familia-producción. El Plan se basa también en la promoción de un modelo productivista (uso masivo de fertilizantes, pesticidas y agua), cuyas consecuencias ecológicas y sociales negativas ya han sido comprobadas en los países más enriquecidos. En varias regiones, los proyectos propuestos por el PMV no parten de la consideración de la disponibilidad de los recursos naturales locales. Por ejemplo, se propone la implementación de cultivos que se destacan por un alto consumo hídrico en regiones caracterizadas precisamente por la escasez de agua. Otro punto preocupante se ubica en los agentes de agregación anteriormente mencionados. Estos implican una mayor concentración de la tierra que aleja toda posibilidad de una reforma agraria y de una distribución más igualitaria³⁹. Finalmente, una vez más, el "Plan Marruecos Verde" prioriza los productos de exportación para la obtención de divisas, dejando totalmente de lado el acceso de la población a los alimentos.

3.2 Tomate marroquí fuera de temporada para Europa: ¿a quién beneficia el negocio?

Entre las hortalizas tempranas o fuera de temporada se destaca de forma preponderante el **tomate**. En la campaña 2009-2010 se le dedicaron 6'700 hectáreas, **80% de las cuales se encuentran bajo invernaderos** (ICEX 2010). Tal como se aprecia en los siguientes gráficos, tanto la superficie dedicada, como la producción, han ido creciendo de forma constante en los últimos diez años.

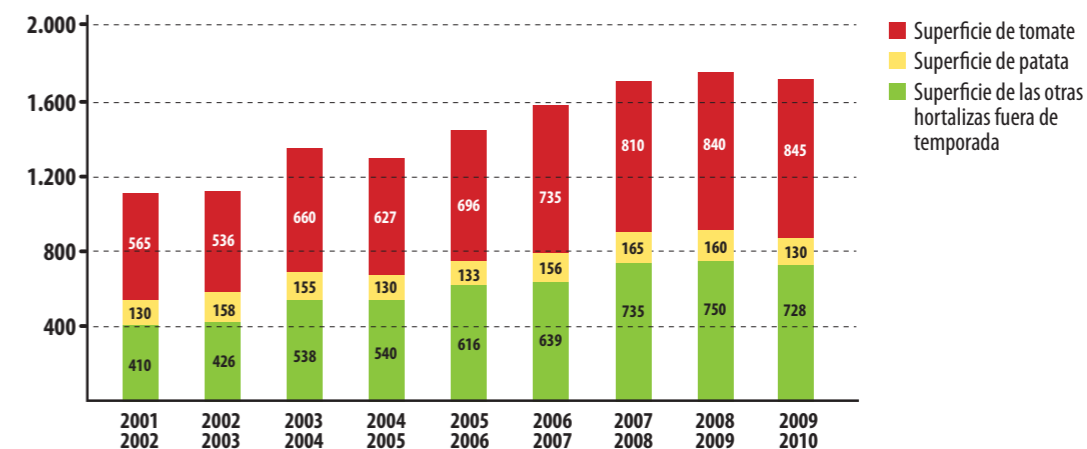
³⁹ Peor aún, en el lanzamiento del PMV, el gobierno afirmó la posibilidad de "movilizar" 700'000 hectáreas en diez años, llegando a evocar a las tierras colectivas, como si éstas no tuvieran dueño (Akesbi 2012).

Gráfico 20. Evolución de la superficie dedicada a las hortalizas fuera de temporada en Marruecos
(Hectáreas)



Fuente: MAPM (2012)

Gráfico 21. Evolución de la producción de hortalizas fuera de temporada en Marruecos
(En miles de toneladas)



Fuente: MAPM (2012)

En la campaña 2012-2013, el **81% del volumen de tomates exportados tuvo por destino a la Unión Europea** (MAPM 2013c). Dos países se destacan de forma preponderante, y de hecho son los principales socios co-

merciales de Marruecos: Francia y el Estado español. El país magrebí es el primer proveedor de tomates fuera de temporada de Francia (Kellou 2012), y el 8% de la totalidad del tomate exportado hacia la UE **llegó directamente al Estado español**⁴⁰.

Es importante considerar el marco en el cual tiene lugar la exportación hacia Europa y los actores a quién más beneficia. En octubre de 2012 entró en vigor un **nuevo protocolo agrícola entre la Unión Europea y Marruecos**, que liberalizó el comercio agroalimentario mutuo⁴¹. Concretamente, se incrementó el cupo de tomate que Marruecos puede vender en Europa con aranceles bajos, de 233'000 toneladas hasta 285'000 toneladas⁴². La UE abrió por completo su mercado al 55% de las exportaciones marroquíes. Por su parte, Marruecos liberalizó el 45% de las importaciones agrarias europeas, con una previsión de pasar al 70% en los diez próximos años. A la vez, el mercado marroquí quedó completamente abierto para la mayoría de los productos lácteos comunitarios, oleaginosas y cereales⁴³.

Si hasta entonces el Gobierno español había defendido y promovido el acuerdo, un mes después de su entrada en vigor protestó al respecto, conjuntamente con diferentes sectores de productores, señalando que Marruecos estaba provocando el hundimiento de los precios del tomate y afectando a la producción española. Se denunció que el precio del producto marroquí se situaba por debajo del mínimo acordado (0.46 eur/Kg), llegando a 0.36 eur/Kg y que por tanto, las autoridades aduaneras europeas debían imponer derechos específicos. De acuerdo con la Junta de Andalucía, el peligro radicaba en un descenso de la producción de tomate de hasta 180'000 toneladas en los próximos cinco años, afectando particularmente a esta Comunidad Autónoma. Así, se dejaría de producir en 2'100, generándose la pérdida de 1'130'000 jornales. En total, la destrucción de empleos en Andalucía, Canarias, Valencia y Murcia sumaría 12'500. Y el Estado español dejaría de ingresar 2'240 millones de euros por año debido a la caída de las exportaciones⁴⁴. Los medios de comunicación llegaron a hablar de una "guerra del tomate" entre Marruecos y el Estado español⁴⁵. En 2013, la situación se había calmado y una comisión mixta hispano-marroquí comenzó a realizar labores de coordinación para evitar mayores conflictos.

De acuerdo con la Confédération Paysanne, integrante de La Vía Campesina, el gran beneficiario del acuerdo es el agronegocio exportador, y la gran afectada es la agricultura familiar y campesina, tanto en el país ma-

40 Porcentaje obtenido a partir de Datacomex, las Estadísticas del comercio exterior español (http://datacomex.comercio.es/principal_comex_es.aspx). La cantidad es de más de 20'000 toneladas, a las cuales se debe añadir lo que ingresó pasando por Francia (309 toneladas).

41 Véase: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:241:FULL:FR:PDF>

42 A la vez, se incrementaron los cupos de otros productos como fresas, calabacines, pepinos, ajo y clementinas.

43 Véase: <http://www.laprovincia.es/economia/2012/10/01/entra-vigor-nuevo-acuerdo-agricola-ue-marruecos/487330.html>

44 Véase: <http://goo.gl/qwLQgl>

45 Véase: <http://goo.gl/B0QAuF>, <http://goo.gl/GGMZWj>, http://economia.elpais.com/economia/2012/11/25/actualidad/1353876072_690647.html

grebí como en Europa (CP 2013). La pertinencia de esta afirmación aparece cuando consideramos a las empresas activas en este negocio. Entre los grandes grupos marroquíes, se destacan: *Domaines Agricoles* (GEDA), propiedad del monarca marroquí que contaría con más de 12'000 hectáreas⁴⁶, Agri-Souss, y el Groupe Kabbage, propiedad del alcalde de Agadir. En el mercado del tomate predominan empresas francesas y españolas que controlan la totalidad o gran parte de la cadena productiva. El modelo más usual es de grupos de capital mixto (franco o hispano-marroquí) que opera en cientos de hectáreas de invernaderos, contando con estaciones de acondicionamiento en Marruecos, y presencia en los grandes centros de distribución en Europa, tales como Mercabarna (Estado español) o Saint-Charles International (Francia). Entre las principales empresas francesas, se ubica el **Grupo Azura**, integrado por dos empresas: Maraissa (producción y acondicionamiento de las verduras en Marruecos) y Disma International (plataforma logística y comercial en Perpignan, Francia). Azura declara 8'000 trabajadores, 68 fincas y 900 hectáreas de producción⁴⁷. Otro grupo francés importante es **Soprofel** (bajo la marca **Ydil**), con 650 hectáreas de invernaderos, que registra casi un tercio de las exportaciones de tomate desde la principal zona productora, el Valle del Souss⁴⁸. En lo que atañe al capital español, se ubican, entre otras: **Delassus-Duroc**⁴⁹, con 300 hectáreas de tomate cherry y controlando 12.5% de las exportaciones de tomate hacia la Unión Europea⁵⁰, **Emporio Verde**, **Guenikako**, **Periroc**, **Agromontsia** y **Douna Export**. Desde 2009, se estima que los empresarios españoles controlan 16% del tomate exportado desde Marruecos⁵¹.

Cuando se considera el coste logístico y de transporte que implica la exportación del tomate desde Marruecos hasta los países europeos (véase recuadro), queda claro que todos los productores en el país magrebí no están en igualdad de condiciones para participar en esta dinámica. Es por ello que dominan el negocio los grandes grupos mencionados. Tal como lo veremos más adelante, las condiciones se hacen cada vez más difíciles para los pequeños agricultores.

46 Véase: http://en.wikipedia.org/wiki/Les_Domaines_Agricoles

47 Véase: <http://www.azura-group.com/groupe/>

48 Véase: <http://www.idyl.fr>, http://www.virtualmarket.fruitlogistica.de/?Action=showCompany&id=45198&locale=en_GB y <http://www.legrandsoir.info/maroc-les-ouvriers-licencies-du-groupe-francais-soprofel-idyl-sont-en-greve-de-la-faim.html>

49 Véase: <http://www.delassus.com/>

50 Véase: <http://www.gastronomiaycia.com/2010/01/18/aumenta-la-importacion-de-tomates-de-marruecos/>

51 Véase: <http://www.publico.es/dinero/280051/empresarios-espanoles-controlan-el-16-del-tomate-que-exporta-marruecos>

Monopolio franco-español en el transporte del tomate

La ruta que sigue la gran mayoría del tomate exportado hacia Europa pasa por Saint-Charles International (Perpignan, Francia), una de las tres principales plataformas multimodales de distribución de los productos frescos hacia toda Europa. El modo de transporte es esencialmente por vía terrestre (entre 60 y 90%), a pesar de que la vía marítima se encuentra en pleno desarrollo, al ser más económica. Es importante considerar los aspectos logísticos en el transporte, ya que llegan a representar entre 25 y 30% del coste de un kilo de tomate. El transporte terrestre se encuentra dominado por empresas francesas y españolas, las cuales, al encontrarse en una situación de casi-monopolio, fijan precios elevados. El transporte en camión frigorífico desde Agadir, en el Valle del Souss hasta Perpignan (2'240 Km. de distancia), llega a 3'600 euros, lo cual representa 1.60€/Km. A modo de comparación, por una distancia de 3'210 Km., el tomate transportado entre Ankara (Turquía) y París, es de 0.99€/Km. (Kellou 2012).

3.3 La región del Souss-Massa-Drâa, la "Almería marroquí"

Hace más de un milenio, los Pueblos *Imazighen* (bereberes) del Sur de Marruecos y particularmente de la región del Souss-Massa-Drâa, diseñaron un espacio comunitario destinado a preservar la alimentación: el "granero colectivo fortificado" o *agadir*. Allí guardaban no solamente el grano, las semillas y las herramientas agrícolas, sino también reservas de agua y se refugiaban con sus animales para resistir a los asedios. Se han encontrado textos del Siglo XIV que estipulan minuciosamente los derechos y sanciones en el cuidado del *agadir*. Los graneros colectivos fueron construidos con gran solidez y perduran no solo físicamente sino también como institución en algunas localidades (Naji 2006). Desde esa perspectiva, hoy, la moderna ciudad de Agadir, una de las principales urbes del sur marroquí, lleva muy mal su nombre. Conjuntamente con su vecina Inezgane, constituye una plataforma intermodal dedicada a la exportación de los productos agrícolas. De allí proviene la gran mayoría de los tomates marroquíes consumidos en Barcelona....



"Mar de plástico" en el Valle del Souss
(Foto ODG, 26 de noviembre 2013)

En las dos últimas campañas agrícolas (2012-2013), 82% del total de las hortalizas exportadas por Marruecos (55% de las cuales eran tomates), fueron producidas en **el Souss-Massa-Drâa**. Esta región dispone únicamente del 6% de la Superficie Agraria Útil del país (APEFEL 2013)⁵². La población suma tres millones de habitantes, en su mayoría *imazighen* (bereberes) que viven en el área rural (60%) (Raimbeau 2009). Es la cuarta región más empobrecida del país de acuerdo con los datos del Gobierno (HCP 2007).

En el Valle del Souss se activan cerca de 193'000 explotaciones agrícolas, en 549'000 hectáreas (ADA 2008, 2). Las tierras están esencialmente dedicadas a la agricultura industrial, copiando el modelo de "mar de plástico" (invernaderos) vigente en Almería, con una creciente presión sobre los recursos naturales e hídricos en particular, y una severa explotación laboral que consideraremos más adelante.

52 Para darnos una idea de los destinos de exportación, proporcionamos aquí los datos para el año 2008 (últimos disponibles): Francia (65%), el Estado español (17%), los Países Bajos (4%), el Reino Unido (3%) y Suiza (3%) (ADA 2008, 10).

Sobreexplotación de los recursos hídricos

En noviembre de 2012, Abdeladhim El Hafi, Alto Comisario para el Agua, los Bosques y la lucha contra la desertificación en Marruecos informó sobre una amenaza real de escasez de agua. Al punto que el acceso para cada ciudadano/a se reduciría en un 49% para el año 2020⁵³. Cabe recordar que la disponibilidad de agua per cápita en todo el país es de 720 m³/hab/año, situándose muy por debajo del umbral de estrés hídrico establecido en 1'000 m³/hab/año⁵⁴. En el Souss, región destacada por el Alto Comisario debido a la gravedad de la situación, la fuerte expansión de la agricultura de irrigación, de la urbanización y el desarrollo del sector turístico de Agadir y sus alrededores han provocado un aumento importante de la demanda de agua en los últimos años. Por ello, se construyeron 11 represas. La sobreexplotación de este recurso en 2008 era de 179%, y asociada a la sequía, ha causado un descenso considerable de la napa freática en diferentes puntos. Esto ha implicado la pérdida de un gran número de pozos destinados al uso doméstico y agrícola.

Además de los impactos ecológicos, se evidencian efectos socioeconómicos importantes, puesto que miles de hectáreas de cultivos han sido abandonadas tras la degradación de las tierras y la penuria de agua. Esto conlleva un proceso de proletarianización de la población campesina, y el aumento de la migración hacia los centros urbanos, hacia otras regiones de Marruecos y el extranjero. De acuerdo con la investigación de Houdret (2008), el Estado ha fracasado en la gestión sostenible del agua en esta región, debido a dos factores: la incompatibilidad entre la liberalización de la gestión del agua y la protección de los recursos; y el peso considerable de los grandes inversionistas, los cuales disponen de un poder político muy importante.

Interrogado sobre el acceso al agua, el director de la empresa catalana Agromontsia comenta en una entrevista: "Cuando se acabe el agua, cambiaremos de actividad o nos iremos a Senegal...".



Canal de riego en el Valle del Souss (Foto ODG, 25 de noviembre de 2013)

53 Véase: http://www.lemag.ma/Rapport-La-part-d-eau-de-chaque-marocain-sera-reduite-de-49-en-2020_a64861.html

54 Véase: <http://goo.gl/2Lb7BE>

3.3.1 Pequeños productores de tomate

En el Souss, tal como lo señalamos anteriormente, el acceso a los mercados de exportación es muy desigual según el tamaño de la explotación. Reproducimos aquí el relato de un pequeño productor de tomate, A.Y., que refleja una situación generalizada.

"Al principio, intenté producir banano, pero no pude competir con los empresarios españoles y tuve que abandonar rápidamente. Desde hace algunos años produzco tomate con un socio. Alquilo 10 hectáreas de invernaderos en el Valle del Souss, y empleo a 24 trabajadores. Diez de ellos son permanentes, los otros temporales. Actualmente tengo 9'000 plantas, principalmente de la variedad holandesa. Se trata de un tomate híbrido, pequeño y bien redondo. Cuando haces tomate fuera del suelo, los costes son más importantes. Se necesita una serie de materiales, como los tubos para introducir los nutrientes. El coste en energía es elevado. Yo no puedo permitirme hacer ese tipo de cultivo. Pero los grandes empresarios lo hacen, a ellos les sale a cuenta.

Quando voy a empezar la campaña agrícola, tengo dos opciones: ir al mercado local o bien intentar exportar. Si opto por esto último, como no tengo los medios de hacerlo directamente, busco un intermediario: la estación de acondicionamiento (EA). Ésta me dice cuál es su programa, define cuáles son las variedades que interesan en el mercado inglés, alemán, español, escandinavo y me pregunta cuál es la superficie que puedo dedicar para cada variedad. En función de esto, escojo las variedades que produciré. Por ejemplo, en el mercado ruso prefieren el tomate grande. La EA te avanza el dinero para que comiences la campaña. Firmas un contrato que va desde agosto hasta abril. Estoy obligado a darles todo mi tomate.



Tomates producidos en un invernadero en el Valle de Souss Fotos ODG, 25 de noviembre 2013)

Uso el agua que viene de la represa, a 40 Km. de mis campos, y también tengo un pozo de 50 metros de profundidad. Pero cada vez hay que ir más hondo. Por la escasez de agua, el promedio en la región donde produzco es de 150 metros. Tengo que aumentar la salinidad del agua para tener un tomate con piel firme, que aguante.

Tenemos muchos costes de producción. Suman 2 MAD (dirham marroquí) por kilo (0.18 eur). Para empezar, la semilla cuesta 3 MAD y el porta-injerto, 1 MAD⁵⁵. Con dos tractores, consumimos bastante gasolina. No está subvencionada para los productores, sólo en el sector de la pesca. Los fertilizantes nos cuestan también. Los que usamos son de fosfato y nitrógeno. Los ponemos directamente en el agua.

Cosechamos cada día, salvo el domingo. O sea que el lunes, tengo que tener cuidado para no llevar el producto demasiado maduro a la estación. Las cajas en las que llevo mis tomates a la EA son de 10 a 12 kilos. Los criterios de selección son muy específicos: tamaño, color, talla de las semillas, con o sin pedúnculo, según como te pidan. Los tomates que no llenan esas condiciones, por ejemplo los demasiado maduros, los llevo al mercado al por mayor de Inezgan. Hay una segunda selección del tomate en la estación de acondicionamiento y me cobran por eso. En promedio, descartan 15% de los productos. Si ven que tienen que descartar más del 35% de una caja, no te la aceptan. Hay un mercado para los tomates descartados, hay gente que los va a comprar a las EA. Dicen que ya en los centros de distribución en Europa, se hacen exámenes y se puede rechazar el producto, por ejemplo, porque contienen demasiados químicos. Pero... ¿Quién sabe dónde van esos tomates rechazados?

Cada año me endeudo más, no sé cuánto aguantaré. En los campos de alrededor hay muchos invernaderos en ruinas. Son de pequeños agricultores que quebraron. Como mínimo, tengo que lograr cobrar 3 o 4 MAD el kilo (0.27 – 0.35 eur/Kg.). Porque hay que descontar lo que tengo que pagar por el transporte, la comisión de la EA, etc. Ocurre que tenga que pagar más de lo que cobro por el tomate. Pero si no lo hago, pierdo mi cuota de venta del próximo mes. Y entonces la EA no exporta más mis tomates cuando el precio de venta en Europa rebasa los 0.65 euros/Kg., es decir, cuando puede comenzar a beneficiarme. Es lo que pasa con la mayoría de nosotros, los pequeños productores. O sea, al final de cada ciclo de producción, tengo un déficit. Esto ocurre por tres razones. En primer lugar, **no tengo control sobre la comercialización**. Llevo mi mercancía a gente que dispone de ella. Cuando entrego los tomates a la estación de acondicionamiento, tengo que pagar por adelantado por el transporte y la logística de la exportación. A mí no me consta cuál es el precio real de venta en Europa, en Rusia. Tampoco tenemos medios para verificar cuáles son los gastos reales de logística. La estación no nos comunica cuánto cobra de comisión por la venta de nuestros tomates. Se estima que representa un 8%, pero no tenemos la información exacta. No tienes fuerza para negociar. Aceptas lo que te den. Todo el sistema de las EA se basa en esa relación.

En segundo lugar, están los proveedores. Como no puedo pagar en líquido, me hacen crédito por cinco meses. Pero como me prestan dinero, no me dejan opinar sobre el precio de los productos. Puedes llegar a comprar hasta 40% más caro. Ahí es donde voy perdiendo los escasos beneficios que puedo obtener.

Y en tercer lugar, está el banco. Además, para poder tener un crédito, he tenido que alquilar la tierra por diez años, son las condiciones. Ya ni sé cómo podré pagar todas mis deudas. En ninguno de estos aspectos interviene el Estado para apoyarnos.”

Tal y como comentamos al considerar el Plan “Marruecos Verde”, el gobierno ha creado la figura del “agente de agregación”. Al ser un productor de talla importante, que agrupa a un gran número de pequeños productores como A.Y, se supone que puede tener mayor peso en la negociación en el momento de comercializar. Se prevé que los agregadores firmen contratos con las grandes cadenas de distribución. En el Valle del Souss, A.Y. nos comenta que hay actualmente dos agentes en el sector del tomate. Agrupan como mínimo 400 hectáreas. El agente viene a reemplazar a la EA, ya que el pequeño agricultor tiene que entregarle toda su producción. De hecho, un agente tiene que disponer de su propia estación de acondicionamiento o alquilarla. La diferencia es que en caso de conflicto, el Estado se encarga del arbitraje. Pero según A.Y. la administración pública defiende por lo regular a los grandes productores y los pequeños no disponen de una organización para la defensa de sus intereses.



Ruinas de un invernadero donde producía un agricultor que entró en quiebra en el Valle del Souss (Foto gentileza de Lucile Daumas 25 de noviembre 2013)

55 3 MAD = 0.27 eur

“Un agente me propuso hace poco entrar en la agregación. Pero no acepté. Son contratos de cuatro años, y tú asumes todo el riesgo. El Gobierno argumenta que los agentes nos benefician, porque funcionaríamos casi como una cooperativa. Pero sabemos que los afiliados no están en igualdad de condiciones con el agente”.

A.Y. comenta que a quien puede beneficiar la figura del agregador es a las grandes empresas como la española Duroc. Están bien situadas, controlan la cadena y tienen sus propios medios de transporte.

3.3.2 Jornaleros agrícolas: condiciones laborales

Consideraremos aquí la situación laboral en las grandes explotaciones agrícolas del Souss, a partir de entrevistas con jornaleras y jornaleros del principal sindicato del sector, la Federación Nacional del Sector Agrícola (FNSA-UMT)⁵⁶.

En el Valle del Souss trabajan alrededor de 100'000 jornaleros/as agrícolas, de los cuales 4'000 están sindicalizados/as. En gran parte, se trata de campesino/as que se vieron obligado/as a dejar sus tierras ante la falta de posibilidades de sobrevivir a partir de su producción. Proviene de todo Marruecos, si bien una mayoría es originaria de la región. Se han instalado con sus familias, conformando pequeñas aglomeraciones, a medio camino entre las urbes de Agadir, Inezgane y los invernaderos. Los servicios básicos mínimos no siempre son asegurados en estas poblaciones. El precio medio del alquiler es de 600 MAD por mes (53 Eur.).



Pequeña aglomeración de jornalero/as agrícolas en la periferia de Biougra (Foto ODG, noviembre 2013)

⁵⁶ La UMT es uno de los sindicatos más grandes de Marruecos, y la FNSA actúa en el ámbito agrícola, contando con afiliados que son empleados del sector público y privado. En sus estatutos consta también la voluntad de integrar también a los pequeños productores, pero aún es una tarea pendiente. A nivel nacional cuenta con 8'000 afiliados, más de la mitad de los cuales son obreros agrícolas. En el Valle del Souss dispone de tres secciones locales, y cada una de ellas tiene un promedio de 17 oficinas. En comparación con otros sindicatos de la región, es el que más peso y afiliados tiene.

La mayoría de los contratos son temporales. Un jornalero agrícola trabaja 8 horas por día, 6 días por semana, 26 días por mes. Recibe el Salario Mínimo legal Agrícola (SMAG), es decir 69 céntimos de euro por hora (7,8 MAD), lo que representa 143 euros mensuales. De acuerdo con varios obreros, esta suma no les permite cubrir todos los gastos domésticos. La aplicación del SMAG es una victoria sindical reciente, pero de acuerdo con la FNSA aún queda mucho por hacer en lo que atañe a las precarias condiciones laborales. El obrero agrícola A.I. observa:

“Cuando trabajamos en los invernaderos, aparte de la pausa de medio día (una hora), podemos salir sólo una vez por la mañana y otra por la tarde, y por un máximo de 10 minutos. La temperatura dentro del invernadero en verano puede alcanzar más de 50 grados. La empresa nos da agua, pero no es siempre potable, es de pozo y pasa por tubos que están expuestos al sol. Por eso preferimos gastar y llevarnos nuestra propia botella al trabajo”.

A.I., jornalero agrícola en el Valle del Souss

Varios trabajadores expresan otras inquietudes respecto a los impactos sobre la salud.

“Cuando aplicamos los pesticidas, trabajamos con nuestra ropa de todos los días, sin máscaras. Tenemos problemas de respiración, alergias en los ojos, vértigos y hasta desmayos. Rara vez nos dan máscaras, y más rara vez aún hay recambios para éstas. Fumigamos tres veces por semana”.

T.U., jornalero agrícola en el Valle del Souss

“Me preocupa cuando fumigamos con azufre, porque no hay protección para los otros obreros, es un riesgo, no?”.

H.A. jornalero agrícola en el Valle del Souss

Otra de las reivindicaciones sindicales se ubica también en los medios de transporte, tal como lo destaca el jornalero H.J.

“Se lleva a los obreros a la finca en camiones muy antiguos, de los años 60, que están en pésimas condiciones. Ponen a la gente de pie en el camión, van hasta 60 personas apretadas, hombres y mujeres juntos. El trayecto dura un promedio de una hora. Suelen haber accidentes, con heridos y hasta muertos”.

A su vez, E.T, trabajadora agrícola cuenta que el acoso sexual a las mujeres es muy frecuente en las fincas, pero que gracias al sindicato han logrado ir mejorando la situación.

Conflicto con la empresa española Douna Export: "Devuélvanme mi trabajo, lo necesito..."

La instalación de las grandes empresas implica, desde sus inicios, conflictos sociales por las condiciones de trabajo. En noviembre de 2013, la protagonista es una empresa española, **Douna Export, filial de Fruca Marketing**, con sede en Murcia. Douna trabaja 140 hectáreas de invernaderos, produciendo principalmente pimientos para la exportación. Son transportados hacia Murcia, desde donde se distribuyen hacia otros lugares de Europa.



Sindicalista de la FNSA en acampada ante Douna Export (Foto ODG, 26 noviembre 2013)

La FNSA acusa a la empresa de violar los derechos sindicales, y del despido injustificado del secretario sindical y de dos integrantes de la sección. Exige la readmisión de los obreros, la posibilidad de negociar el día de descanso semanal, y el cumplimiento de la legislación en lo que refiere a la creación de un comité de salud laboral. Este último permitiría, por ejemplo, evitar el trabajo en los invernaderos cuando la temperatura es muy alta. Además, la FNSA apunta que se está pagando según el Salario Mínimo Agrícola a lo/as trabajadore/as de la estación de acondicionamiento, mientras que al no ser una labor agrícola y encontrarse la planta en un área urbana, deberían recibir el Salario Mínimo Interprofesional⁵⁷, que es más elevado.

El secretario sindical comenta:

"En 2010 renovamos a nuestros representantes, pero la empresa se opuso. Rechazaba todo diálogo social, no aceptando reunirse ni con el sindicato, ni con el inspector del trabajo o las autoridades provinciales. Cuando logramos finalmente hacerlo, no se logró ningún resultado. Comenzaron a sancionar a todo los sindicalizados. Por ejemplo, nos obligaron a realizar traba-

jos físicamente duros, para que rehusemos hacerlos y puedan despedirnos. Estábamos forzados a trabajar en los invernaderos durante el verano, en las horas más calurosas. Otra forma de presión es el rendimiento. Fijaron normas superiores a la capacidad normal de cualquier persona. Aprovecharon también del día de descanso semanal. A los sindicalistas, sistemáticamente nos rehusaban que pudiéramos descansar el día del mercado, que es esencial para las familias. Finalmente, cuando pedíamos permiso para ausentarnos, no nos lo otorgaban. Llegaron a rechazar los certificados médicos.

A mí me despidieron cuando pedí permiso para asistir a una reunión entre la FNSA, el gobierno y el propio patrón. Me apuntaron una ausencia injustificada, ese fue su pretexto. ¿Cuál es mi mensaje para los directivos de Douna Export? Devuélvanme mi trabajo! Lo necesito, para cubrir mis gastos, comprar comida, mantener a mi familia."

Otro sindicalista apunta:

"Antes habían hasta 1'600 trabajadores. Pero cuando conformamos la sección sindical, Douna Export despidió a la mitad de la plantilla, con indemnizaciones mínimas. Hubo un proceso de negociación, se conformó un comité de conciliación local, contando con la representación del gobierno, de la empresa y de la FNSA. Al no obtener ningún resultado, recurrimos al nivel nacional, con el Ministerio del Trabajo. Pero la postura de la empresa no cambió. Hoy sólo 140 de los trabajadores están sindicalizados, 40 son mujeres"

En el momento del trabajo de campo, delante de las oficinas de la estación de acondicionamiento de la empresa en Biougra, existía una acampada permanente de lo/as trabajadore/as exigiendo el reintegro de las personas despedidas.

En la mayoría de empresas de la región, las prácticas de hostilidad son recurrentes ante la apertura de una sección sindical, además de que en la medida de lo posible, se intenta evitar todo contacto entre los sindicalizados y los demás trabajadores. El representante sindical I.T observa:

"Desde hace cuatro años estamos más activos, y las empresas están haciendo mayor presión sobre las autoridades. Les dicen que ellas traen el trabajo y que el Gobierno debería impedir las huelgas. Amenazan con irse a Senegal y a otros países. Nuestro objetivo es firmar convenciones colectivas, pero hasta el día de hoy no hemos logrado ni una sola. Y es que la política gubernamental no nos favorece. La nueva Ley del Trabajo votada en 1995 se basa en la noción de flexibilidad. Los patrones pueden despedir con mucha más facilidad. Todo está previsto para atraer a los inversionistas.

57 Véase: <http://www.cgandalucia.org/La-empresa-espanola-Douna-Export> y <http://goo.gl/hehYCo>

Marruecos ni siquiera ha ratificado el Convenio 87 de la Organización Internacional del Trabajo⁵⁸. En nuestro país, la inspección del trabajo no tiene un poder vinculante, lo máximo que puede hacer es intentar lograr una conciliación. Las empresas están bien organizadas, tienen su patronal, donde intentan integrar a los nuevos inversionistas, brindándoles consejo en los conflictos laborales. Por ejemplo, hace poco vino un inversionista saudí. Comenzó a pagar mejores salarios que los otros. Lo convocaron desde la patronal, y después de ello, niveló los salarios con los otros empresarios”

En este ámbito, el capital español se destaca por una pésima reputación en la región:

“En 2007 tuvimos un conflicto con Ydil, en 2009 con Azura, ambas francesas. Y en 2010, con la empresa del Alcalde de Agadir. Pero nuestra experiencia con las empresas españolas es la peor. Aquí son conocidas por su crueldad con los obreros y su rechazo de los derechos sindicales. Son capaces de sacrificar su producción cerrando una planta para evitar al sindicato. Despiden a todos, y luego la vuelven a abrir, asegurándose de que nadie esté sindicalizado”

I.T., representante sindical

Paradójicamente, el gobierno español apoya con fondos públicos al desarrollo del Valle del Souss (una de las tres áreas prioritarias para la cooperación española en Marruecos)⁵⁹, pero no interviene cuando el capital español genera conflictos y afecta a las condiciones de vida de la población más empobrecida.

Cerraremos este capítulo con un mensaje emitido por el representante sindical I.T. y destinado a los/as consumidore/as europeo/as:

“Deberían preguntarse en qué condiciones son producidas las verduras que comen, y cómo pueden contribuir, desde el consumo, en mejorar la situación laboral que tenemos aquí. Se tienen que sensibilizar. Desde los sindicatos, se hizo por ejemplo una campaña internacional sobre la exportación de las flores de Casablanca, diciendo que las flores eran rojas por la sangre marroquí. Es también importante tocar a la prensa, sobre cómo actúan las inversiones extranjeras, qué daños causan a nivel social y ambiental. Nosotros lo sufrimos en nuestro cotidiano. Y finalmente, hay que preguntarle al Gobierno español, por qué apoya a las empresas españolas para que vengan a Marruecos, cuando se ve como se comportan”

⁵⁸ Se trata del Convenio sobre la libertad sindical y la protección del derecho a la sindicación (ver : http://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C087).

⁵⁹ Véase: <http://www.aecid.ma/spip.php?rubrique7>

Recapitulando...

- Marruecos es el país del Sur desde donde más tomate se importa a nivel del Estado español y de Cataluña.
- A partir de las medidas del Plan de Ajuste Estructural (PAE) impuesto por el Fondo Monetario Internacional en los años 80, la situación del campo marroquí se ha agravado. En diez años el número de pequeños agricultores se ha reducido en un 50%.
- Desde los años 90, la política agrícola tiene una clara orientación hacia la exportación, a pesar de que el país sea estructuralmente deficitario en productos de base como los cereales, el azúcar y las oleaginosas. Esta tendencia se ha acentuado a partir de la firma de acuerdos comerciales con Estados Unidos y la Unión Europea, y se enmarca hoy en el “Plan Marruecos Verde”.
- El tomate producido en invernadero es una de las principales hortalizas fuera de temporada y se destina en 81% a la Unión Europea. El grueso de los cultivos se encuentra en una de las regiones más empobrecidas del país, el Souss-Massa-Drâa.
- En el Valle del Souss se activan cerca de 193’000 explotaciones agrícolas, en 549’000 hectáreas. Son dedicadas cada vez más a la agricultura industrial, copiando el modelo de “mar de plástico” (invernaderos) vigente en Almería.
- Además de que Marruecos ya enfrenta un riesgo real de escasez de agua, la expansión de la agricultura de irrigación en el Souss ejerce una importante presión sobre los recursos hídricos. Concretamente, en esta región la sobreexplotación de este recurso se acerca de 180%. Esta situación tiene importantes impactos socioeconómicos, vinculándose al abandono de miles de hectáreas de cultivos y a la consecuente proletarianización de la población campesina.
- En lo que atañe a la exportación en particular, el sistema de comercialización se sustenta en relaciones desiguales de poder en detrimento de los pequeños productores. Estos disponen de un margen de decisión escaso o nulo frente a las condiciones y precios de venta de sus productos, asumiendo todos los riesgos de la producción y de la comercialización.
- En el Valle del Souss trabajan alrededor de 100’000 jornaleros/as agrícolas, de los cuales 4’000 están sindicalizados/as. En el mercado del tomate marroquí predominan empresas francesas y españolas que controlan la totalidad o gran parte de la cadena productiva. Su actuación se caracterizan por la violación de los derechos laborales y sindicales, donde se destaca en particular el capital español.

Conclusiones

A lo largo de la “Ruta del Tomate”, se ha ido visibilizando una pequeña parte modelo alimentario global. Una tónica que se reitera en ámbitos tan distintos como Cataluña y Marruecos se ubica en relaciones asimétricas que ponen en jaque a actores clave en el ámbito de la alimentación, productores/as y jornalero/as agrícolas, con serias y negativas implicaciones sobre los modelos de producción. Indudablemente, y en el caso del tomate en particular, se abren pistas que se deben seguir y profundizar. Por ejemplo, para responder a preguntas como: **¿Cómo, en qué condiciones sociales, laborales y ambientales se está produciendo el tomate en Holanda, para que pueda llegar a Mercabarna a un precio tan bajo?** Asimismo, **quedan aún varias áreas por estudiar dentro de Mercabarna**, en lo que atañe a su funcionamiento y a la relación con los agricultores locales. Y en lo que refiere a Marruecos, **se requiere aún rastrear la responsabilidad del capital europeo y del español en particular en los invernaderos del Valle del Souss**. Específicamente, el caso de las jornaleras agrícolas merecería ser investigado, por su doble condición de vulnerabilidad, como trabajadoras y mujeres.

Dedicaremos esta última sección a recordar brevemente qué tipo de medidas se están tomando frente a este modelo, a nivel catalán, y qué puertas se abren a partir de esta reflexión, del punto de vista de una nueva cultura del consumo que permita avanzar en el camino de la Soberanía Alimentaria.

Mirar hacia atrás...

Un antiguo proverbio del Pueblo Mapuche recomienda: *“Para saber hacia dónde caminar, hay que mirar hacia atrás, ver de dónde vienes.”*

En el Capítulo sobre Marruecos, ya evocamos la antigua práctica de cuidado del agadir en el Valle del Souss y su importancia para la alimentación local. Si por unos instantes retrocediéramos el tiempo hasta la Barcelona del Siglo XII, nos encontraríamos con un panorama peculiar, en términos de las políticas alimentarias. En efecto, a pesar de la clara concentración del poder en unas pocas familias enriquecidas, la administración municipal participaba activamente en la organización de un sistema de mercado alimentario, para garantizar el aprovisionamiento de la ciudad. Éste le permitía tener un cierto monopolio, fijar precios, y en caso de necesidad, requisar productos. A la vez, se habían establecido impuestos que sobrecargaban algunos productos, para subvencionar a otros. Las prácticas

políticas tenían por objeto, lo que en aquella época se consideraba como “bien común”, y se adecuaban a criterios éticos y morales, reclamados por la población (Renom 2013, 7), seguramente con el objetivo de asegurar cierta estabilidad y evitar protestas populares. Se cobraban los impuestos en las puertas de entrada de la ciudad y en la playa donde descargaban los barcos sus mercancías. A la vez, la legislación local ordenada el mercado y penalizaba al fraude fiscal. Este proceso facilitaba el control sobre productos alimentarios básicos como los cereales, la carne y el pescado y facilitaba una de las tareas de la municipalidad: procurar evitar la escasez. Con estas políticas, hacia el Siglo XV se disponía de una capacidad de abasto relativamente segura y fiable, y se había avanzado, en la medida de lo posible, ante la inseguridad alimentaria. El Consejo Municipal funcionaba como un agente económico del mercado, que actuaba mediante la compra directa de grano, y también mediante incentivos que otorgaba al resto de agentes comercializadores.

Esta realidad fue profundamente trastocada al ser ocupada la ciudad en 1714. En 1767, la presión de las autoridades borbónicas en pos de la *liberalización* del mercado alimentario obligó al Ayuntamiento de Barcelona a desprenderse de las instalaciones que tenía para ejercer el monopolio de la fabricación y venta del pan. Esto provocó graves problemas de desabastecimiento y de encarecimiento, desembocando en la crisis de 1789. Ese año tuvo lugar la revuelta popular del Rebomboris del Pa, que se produjo en reacción a la subida de los precios del pan y fue violentamente reprimida. En ese contexto, el gobierno central se vio obligado a aceptar, durante algunas décadas, que la administración municipal recuperara nuevamente el control de la panificación y de la venta del pan. De forma tal, que los decretos liberalizadores no fueron retirados, pero sí incumplidos... (Renom 2013).

Debemos reconocer que en los últimos años, en respuesta a las contradicciones en el ámbito de la alimentación, se ha ido forjando en Cataluña una movilización social articulada en torno a la defensa de la Soberanía Alimentaria, retomando este concepto como una respuesta integral ante el sistema alimentario global, surgida en el seno del movimiento internacional La Vía Campesina⁶⁰. Iniciativas populares como *Som lo que Sembrem*, la *Aliança per la Sobirania Alimentària de Catalunya* o *La Repera* son un claro ejemplo de ello, en su esfuerzo por vincular la realidad agraria con el consumo urbano. Existen también publicaciones periódicas y especializadas, que abren espacios de reflexión imprescindibles, tales como: la *Revista Opcions*, en su propuesta de avanzar hacia un consumo conciente y transformador; y la *Revista Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas*, en su esfuerzo

60 Véase: <http://viacampesina.org/es/>

por visibilizar la vitalidad del mundo rural⁶¹. En el ámbito de la agricultura ecológica, Badal, Binimelis et al. (2011, 57-58) subrayan el papel pionero de Cataluña. Fue aquí donde surgieron: la primera asociación de promoción y asesoramiento técnico en producción ecológica, la primera cooperativa de consumo y el primer sistema de certificación de los alimentos ecológicos del Estado español. Existe un número importante de grupos y cooperativas de consumo, y han ido proliferando las redes de pequeños agricultores ecológicos. Se estima que cerca de 12'000 personas consumen alimentos ecológicos a partir de estas redes y grupos. Por otra parte, de acuerdo con la Generalitat de Cataluña (2013d), entre 2010 y 2011 la facturación de la producción ecológica se incrementó en un 27%. Asimismo, se estima que el 59% de lo/as compradores/as habituales de alimentos ecológicos prefieren comprar un alimento no-ecológico de origen catalán a un producto ecológico procedente del exterior.

Surgen también propuestas innovadoras como: los comedores escolares ecológicos⁶², la instauración de un Mercado de la Tierra permanente en Barcelona (Soler 2013), la recuperación de canales cortos de comercialización⁶³, el lanzamiento del mercado de venta directa *Terra Pagesa* por parte de la *Unió de Pagesos* (UP)⁶⁴, o la necesidad de avanzar en la compra pública de proximidad (VSF 2013), entre otras. Recientemente, la *Unió de Pagesos* y la *Coordinadora d'Usuaris de la Sanitat, Salut, Consum i Alimentació* (CUS) firmaron un Convenio que también avanza en ese sentido. Partiendo del reconocimiento del monopolio ejercido por la agroindustria y la gran distribución a la hora de determinar lo que se consume, los precios, y las condiciones de elaboración, el Convenio subraya que dicho control no se ejerce en beneficio del consumidor, sino de los accionistas de las empresas. Por tanto, señala que no se puede dejar en manos de unas cuantas empresas privadas el control de la alimentación. Ambas entidades han pactado fomentar los circuitos cortos de comercialización, y particularmente la venta directa. A la vez, se plantea exigir a todas las administraciones que en los espacios públicos donde se consumen productos agroalimentarios, se asegure la presencia de alimentos producidos en Cataluña (UP-CUS 2013).

A pesar de la agresión urbanística, se sigue disponiendo de tierras fértiles situadas a proximidad de los núcleos urbanos. Por ejemplo, un estudio realizado por el Instituto de Ciencia y Tecnología Ambientales (ICTA) de la Universidad Autónoma de Barcelona, ha arrojado importantes conclusiones sobre el potencial agrícola del espacio periurbano de Barcelona⁶⁵. Aproximadamente 400 hectáreas adicionales podrían ser dedicadas a la agricul-

61 Véase: <http://www.somloquesembrem.org/>, <http://asapcatalunya.wordpress.com/>, <http://repera.wordpress.com/>, <http://opcions.org/es/blog/consumo-consciente-transformador>, <http://www.soberaniaalimentaria.info/>

62 Véase: <http://ecomenjadors.org/>

63 Véase al respecto la Revista Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas, Núm. 8, enero de 2012 (<http://www.soberaniaalimentaria.info/>).

64 Véase: <http://goo.gl/Va25ZU>

65 Véase también al respecto Soler (2013).

tura, lo cual permitiría un ahorro en emisiones de 4'400 toneladas de CO2 por año⁶⁶. En todo caso, hoy por hoy, áreas periurbanas como el Parc Agrari del Baix Llobregat, que cuenta con más de 3'000 hectáreas de tierras agrícolas, siguen destinando hasta el 75% de su producción a la región metropolitana de Barcelona (DIBA 2013, 78).

Empero, constatamos que **en Cataluña no existe una política alimentaria que integre simultáneamente una preocupación por responder a la crisis de la agricultura**. Por un lado se aplican políticas de seguridad alimentaria, y por el otro, de forma separada, se promueve el desarrollo del sector primario como si éste no fuera precisamente el encargado del aprovisionamiento alimentario de lo/as habitantes. Todo esto ocurre en un territorio que goza aún, a pesar de las agresivas políticas de urbanización, de un número significativo de tierras fértiles, un recurso particularmente precioso.

Y sin embargo, existen espacios desde donde se podría actuar desde la administración pública. La principal producción de fruta y verdura es convencional y se encuentra destinada principalmente a espacios como Mercabarna. Allí, se favorece un proceso de internacionalización que potencia una dinámica de exportación excluyente, reforzando la concentración empresarial en el sector mayorista, y facilitando la importación de alimentos que compiten directamente con la producción local. Tal como lo hemos resaltado a lo largo del informe, esta lógica tiene importantes repercusiones sobre los modelos de producción, tanto en Cataluña como en los países de donde provienen las importaciones, generando graves impactos económicos, sociales y ambientales. De forma innegable, resulta difícil promover una nueva cultura del consumo cuando las políticas públicas, al margen de alguna acción publicitaria, se encaminan en el sentido contrario.

No obstante, Mercabarna no es un mercado cualquiera. Su reglamento precisa, en el apartado sobre el objeto social de la empresa, que ésta debe *"gestionar los encargos que en materia de ejecución de política alimentaria, comercial, y de mercados en general, y cuantos servicios se relacionen con todos ellos, le encomiende el Ayuntamiento de Barcelona en el ejercicio de las competencias que le son propias"* (Gencat 2010, 4189).

Cerramos este informe con una pregunta más, detrás de la cual se vislumbran posibilidades de acción desde lo público, que podrían constituir un aporte significativo en esta dinámica: **¿Por qué no se ejerce el control público sobre Mercabarna, para favorecer a la producción local y, a la vez, asegurar el suministro de la población en alimentos producidos de forma sostenible y a precios asequibles?**

66 Véase: <http://goo.gl/uO161Q>. Cabe señalar que se debería debatir sobre la dimensión socioambiental del proyecto presentado por el ICTA. En efecto, este propone la construcción de más invernaderos, lo cual se aleja de una agricultura sostenible a largo plazo. No obstante, el reconocimiento de las tierras agrícolas abandonadas es un dato muy relevante.

Bibliografía consultada

- ADA – Agencia para el Desarrollo Agrícola de Marruecos. *Plan Maroc Verd. Plan Régional agricole. Région du Souss-Massa, Drâa* [En línea]. 2008 [Consulta: 1 de noviembre de 2013]. Disponible en : <http://www.ada.gov.ma/uplds/pars/par04.pdf> €
- AdT – Amigos de la Tierra. *Alimentos Kilométricos. Edición actualizada* [En línea]. 2013 [Consulta: 3 de enero de 2014]. Disponible en: http://www.tierra.org/spip/IMG/pdf/alimentos_kilometricos_2.pdf
- Akesbi, N. "Une nouvelle stratégie pour l'agriculture marocaine: Le Plan Maroc Vert" [En Línea]. *NEW MEDIT N. 2/2012* [Consulta: 5 de noviembre de 2013]. Disponible en: http://www.iamb.it/share/img_new_medit_articoli/441_12_akesbi.pdf
- APEFEL - Association Marocaine des Producteurs et Producteurs Exportateurs de Fruits & Légumes. *Bilan des exportations des fruits et légumes. Campagne 2012 – 2013. Service Agrotechnique*. Septiembre 2013.
- Aziki, O. "Politique agricole au Maroc: au service de l'agrobusiness, marginalisation de l'agriculture paysanne, appauvrissement de la population rurale, et dépendance alimentaire". 2012. Documento mecanografiado.
- Badal, M., Binimelis, R. et al. *Arran de Terra. Indicadors participatius de Sobirania Alimentària a Catalunya. Resum de l'informe*. 2011. Barcelona: Associació Entrepobles i Institut d'Economia Ecològica i Ecologia Política.
- CCIR – PMCA – PESC. *Service Mapping Report. Short introduction* [En línea]. Perpignan, julio de 2013 [Consulta: 28 de noviembre de 2013]. Disponible en: <http://goo.gl/n3OqP7>
- Cerezo, B., Espino, R., Silvera, C. *Ficha Resumen Estudio Sector Agroalimentario, 2011* [En línea]. PROEXCA, 2011 [Consulta: 5 de junio de 2013]. Disponible en: <http://goo.gl/qPfbkP>
- Chantry, O., Vargas, M. y Duch, G. Navegando por los meandros de la especulación alimentaria [En línea]. *GRAIN – ODG – MUNDUBAT – Revista Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas*, 2011 [Consulta: 28 de mayo de 2013]. Disponible en: <http://goo.gl/AI1Lc5>
- CP - Confédération Paysanne. Accord UE-Maroc : la Confédération Paysanne dénonce les accords de libre-échange et les importations illégales de fruits et légumes [En línea]. Bagnolet, 15 de enero de 2013 [Consulta: 1 de octubre de 2013]. Disponible en: http://www.viacampesina.org/downloads/pdf/fr/130115_ALE_dossier.pdf
- DIBA – Diputació de Barcelona. *Informe territorial de la Provincia de Barcelona 2013* [En línea]. Julio de 2013 [Consulta: 5 de enero de 2014]. Disponible en: <http://goo.gl/cKbKdL>
- EME – Evaluación de los Ecosistemas del Milenio. *Evaluación de los Ecosistemas del Milenio de España* [En línea]. Fundación Biodiversidad y Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, 2012 [Consulta: 2 de junio de 2013]. Disponible en: <http://www.ecomilenio.es/informe-de-resultados-eme/1760>
- ETC Group. *El carro delante del caballo. Semillas, suelos y campesinos ¿Quién controla los insumos agrícolas?* [En línea]. 2013 [Consulta: 5 de diciembre de 2013]. Disponible en: <http://goo.gl/Rm2UPI>
- FAO – Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. *Perspectivas Alimentarias. Análisis de los mercados mundiales* [En línea]. Noviembre de 2008 [Consulta: 3 de junio de 2013]. Disponible en: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/ai474s/ai474s00.pdf>
--- *El estado de la inseguridad alimentaria en el mundo. Las múltiples dimensiones de la seguridad alimentaria. Resumen ejecutivo* [En línea]. 2013 [Consulta: 2 de octubre de 2013]. Disponible en: <http://www.fao.org/docrep/018/i3458s/i3458s.pdf>
- FEDAIA. Pobreza infantil a Catalunya [En línea]. 2012 [Consulta: 25 de agosto de 2013]. Disponible en: <http://goo.gl/QXWI0d>
- FOESSA. *Exclusión y Desarrollo social. Análisis y perspectivas 2012* [En línea]. Cáritas y Fundación Foessa, 2012 [Consulta: 5 de enero de 2014]. Disponible en: <http://goo.gl/omz5wn>
- Fundación IDEAS. *El reto de la obesidad infantil. La necesidad de una acción colectiva* [En línea]. Julio de 2011 [Consulta: 2 de abril de 2013]. Disponible en: http://www.fundacionideas.es/sites/default/files/pdf/El_Reto_de_la_obesidad_infantil-pol.pdf
- F&H. *Block Mayoristas* [En línea]. Octubre de 2011 [Consulta: 27 de agosto de 2013]. Disponible en: http://www.fyh.es/pdf/block_mayoristas_web.pdf
- Galán, M. *El Port de Barcelona: una organización al servicio del exportador* [En línea]. Port de Barcelona, 24 de mayo de 2012 [Consulta: 3 de julio de 2013]. Disponible en: www.portdebarcelona.cat
- GENCAT - Generalitat de Catalunya. *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*. Núm. 5552. 25 de enero de 2010.
--- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural, Subdirecció General d'Indústries, i Qualitat Agroalimentàries. *Informe de la indústria, la distribució i el consum agroalimentaris a Catalunya 2010. Avanç 2011 i 2012* [En línea]. 2013a [Consulta: 2 de junio de 2013]. Disponible en: <http://goo.gl/rG2hll>

- Departament d'Economia i Coneixement. *Previsions macroeconòmiques. Escenari macroeconòmic de Catalunya per al 2014* [En línea]. 2013b [Consulta: 1 de noviembre de 2013]. Disponible en: <http://www.gencat.cat>
- *Base de datos del Observatori Agroalimentari de Preus. Preus percebuts pel pagès* [En línea]. 2013c [Consulta: 10 de enero de 2014]. Disponible en: <http://goo.gl/2X21ZS>
- *Baròmetre 2012 de percepció i consum dels aliments ecològics* [En línea]. 2013d [Consulta: 5 de enero de 2014]. Disponible en: <http://goo.gl/uJvmtC>
- GRAIN. "Veinte años en que las agroindustrias han devastado los sistemas alimentarios" [En línea]. 14 de octubre de 2010 [Consulta: 5 de junio de 2013]. Disponible en: <http://goo.gl/F0W8tY>
- "Alimentos y cambio climático: el eslabón olvidado" [En línea]. 28 de septiembre de 2011 [Consulta: 2 de julio de 2013]. Disponible en: <http://goo.gl/loMXM4>
- HCP - Haut Commissariat au Plan. Carte de la pauvreté 2007 [Consulta 2 de diciembre de 2013]. Disponible en: http://omdh.hcp.ma/Carte-de-la-pauvrete-2007_a185.html
- Heras, M. *Cuando el olmo pide peras. El insostenible consumo energético del sistema alimentario* [En línea]. 2010 [Consulta. 1 de marzo de 2013]. Barcelona: ESFeres Estudis, 9. Disponible en: <http://goo.gl/FNEZbs>
- Houdret, A. *Les conflits autour de l'eau au Maroc: origines sociopolitiques et écologiques et perspectives pour transformation des conflits* [En línea]. Diciembre de 2008 [Consulta: 1 de agosto de 2013]. Disponible en: <http://goo.gl/KyvGff>
- ICEX - Instituto Español de Comercio Exterior. Informe sectorial. *El sector de la agricultura en Marruecos. Inversión para empresas españolas agrícolas* [En línea]. 2010 [Consulta: 5 de agosto de 2013]. Disponible en: <http://goo.gl/LjLK7Q>
- Kellou, I. "Logistique de la filière marocaine d'exportation de tomates fraîches: des enjeux économiques et environnementaux" [En línea]. Cuaderno n. 80 del Centro de Altos Estudios Agronómicos Mediterráneos (CIEHAM), mayo de 2012 [Consulta: 1 de octubre de 2013]. Disponible en: <http://goo.gl/DWsQM9>
- Llistar, D. (Coord.). *La Responsabilitat exterior de Catalunya en la pèrdua de biodiversitat global*. Observatori del Deute en la Globalització - Càtedra UNESCO de Sostenibilitat de la UPC, por encargo del Departamento de Territorio y Sostenibilidad de la Generalitat de Cataluña, 2012. Documento en proceso de edición.
- MAAB - Ministerio de Agricultura, de Agroalimentación y de Bosques de Francia. *Les politiques agroalimentaires au travers le monde. Quelques exemples*. Maroc. 2013.
- MAGRAMA - Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (Estado español). *Anuario de Estadística 2012. Estadísticas agrarias y alimentación* [En línea]. 2012a [Consulta: 15 de enero de 2014]. Disponible en: <http://goo.gl/zv7kT9>
- *Base de datos de consumo en hogares* [En línea]. 2012b [Consulta: 15 de enero de 2014]. Disponible en: <http://goo.gl/jPIrbd>
- MAPM - Ministerio de Agricultura y Pesca Marítima de Marruecos. *Situation de l'Agriculture marocaine N10* [En línea]. Diciembre de 2012 [Consulta: 2 de noviembre de 2013]. Disponible en: http://www.agriculture.gov.ma/sites/default/files/sam_fr_10.pdf
- *Le secteur des fruits et légumes au Maroc. 2013a*.
- *L'Année agricole. Septembre 2013* [En línea]. Note stratégique 94. 2013b [Consulta: 2 de noviembre de 2013]. Disponible en: <http://www.agriculture.gov.ma>
- *Agri-Reporting. 15 février 2013* [En línea]. 2013c [Consulta: 1 de octubre de 2013]. Disponible en: <http://www.agriculture.gov.ma>
- MB - Mercabarna. *Informació estadística del Mercat Central de Fruites i Hortalisses 2012* [En línea]. 2012 [Consulta: 3 de diciembre de 2013]. Disponible en: <http://goo.gl/AdezLm>
- *L'informatiu de Mercabarna* [En línea]. Enero de 2014, número 303 [Consulta: 20 de enero de 2014]. Disponible en: <http://goo.gl/uzZw6n>
- MERCASA. *Distribución y Consumo* [En línea]. Número 110, marzo-abril de 2010 [Consulta: 5 de agosto de 2013]. Disponible en: http://www.mercasa.es/publicacion/distribucion_y_consumo_-_n__110
- *Informe sobre Producción, Industria, Distribución y Consumo de Alimentación en España 2012* [En línea]. 2012 [Consulta : 3 de mayo de 2013]. Disponible en: http://www.munimerca.es/mercasa/alimentacion_2012/
- Montagut, X. Y Vivas, E. *Supermercados, no gracias. Grandes cadenas de distribución: impactos y alternativas*. Antrazyt, Icaria Ed. :2007
- Naji, S. *Greniers collectifs de l'Atlas. Patrimoines du Sud marocain*. 2006. Casablanca : Editions Edisud.
- ONU - Organización de las Naciones Unidas. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. *World Urbanization Prospects. The 2011 revision* [En línea]. 2012 [Consulta : 6 de julio de 2013]. Disponible en: <http://goo.gl/aAK5kK>
- PABLL - Parc Agrari del Baix Llobregat. *Activitat econòmica*. 2006.
- Raimbeau, C. "Colère des paysannes de l'Atlas marocain" [En línea]. *Le Monde Diplomatique*, abril de 2009 [Consulta: 4 de agosto de 2013]. Disponible en: <http://goo.gl/1X6u0Z>

- Renom, M. (Coord.). *Alimentar la ciutat. El proveïment de Barcelona del Segle XIII al XX* [En línea]. Museu d'Història de Barcelona / Ajuntament de Barcelona, 2013 [Consulta: 5 de enero de 2014].
Disponible en: <http://goo.gl/0E9xSy>
- Save The Children. *2.826.549 Razones* [En línea]. 2013 [Consulta: 8 de enero de 2014]. Disponible en: http://www.yamiquienmerescata.es/informe_proteccion_infancia.pdf
- Síndic de Greuges de Catalunya. *Informe sobre la malnutrición infantil en Cataluña* [En línea]. Agosto de 2013 [Consulta: 1 de noviembre de 2013]. Disponible en: <http://www.sindic.cat/site/unitFiles/3505/Informe%20malnutricio%20infantil%20castella.pdf>
- Soler, C. *Mercats municipals. Una eina de potenciació del camp?* Informe per la Revista Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas, julio de 2013.
- Soronellas, M. y Casal, G. *Pràctiques i estratègies de la pagesia a Catalunya. Trajectòries i plantejaments de futur*. Universitat Rovira i Virgili, Tarragona, Septiembre de 2012.
- UP – CUS. Unió de Pagesos y Coordinadora d'Usuaris de la Sanitat, Salut, Consum i Alimentació. *Conveni de col·laboració d'Unió de Pagesos de Catalunya amb la Coordinadora d'Usuaris de la Sanitat, Salut, Consum i Alimentació*. 29 de noviembre de 2013.
- VSF – *Compra pública en sistemas alimentarios locales. Impactos sociales, ambientales y económicos* [En línea]. 2013 [Consulta: 4 de septiembre de 2013]. Disponible en : <http://vsf.org.es/>

La ruta del tomate

Herramientas de reflexión hacia una
nueva cultura del consumo urbano



Con el apoyo de:

