

Revisión PRISMA de los estudios post-2015 sobre la comercialización de productos agrícolas en la huerta valenciana y regiones mediterráneas similares

Elena Sánchez-Arnau, Antonia Ferrer-Sapena, M. Carmen Cárcel-Mas

Introducción

- La Huerta de Valencia es un sistema agrario único con alto valor productivo, cultural y ecológico.
- En la última década han aumentado los estudios sobre sostenibilidad, agroecología, canales cortos, comercialización y gobernanza alimentaria.
- Sin embargo, no existía una revisión sistemática sobre la problemática clave:

¿Cómo abordan los estudios post-2015 la comercialización y futuro de los pequeños productores de la huerta?

Método PICO/PECO

Definición de la pregunta de investigación

Se aplica PECO, adaptados a estudios de agricultura y sostenibilidad.

- **P (Población):** pequeños agricultores y sistemas hortícolas periurbanos (Huerta de Valencia y áreas mediterráneas similares).
- **I / E (Intervención / Exposición):** modelos de comercialización, venta directa, cadenas cortas; difusión de innovaciones.
- **C (Comparación):** venta directa vs. cooperativas, OPFH, mercados mayoristas, canales tradicionales.
- **O (Resultado):** tendencias, metodologías empleadas, vacíos de conocimiento y recomendaciones.

Este método ofrece un enfoque estructurado, una mejora de precisión en la búsqueda y claridad en criterios de inclusión/exclusión.

Metodología PRISMA

Se siguió la Declaración PRISMA 2020 para revisiones sistemáticas.

1. Identificación: búsquedas en Scopus, Web of Science, MDPI, Google Scholar, Dialnet.
2. Cribado: eliminación de duplicados, revisión de títulos/resúmenes.
3. Elegibilidad: lectura completa con criterios PICO/PECO.
4. Inclusión: solo estudios 2015–2025 con foco en comercialización, difusión de innovaciones o gobernanza en huertas mediterráneas.

Número aproximado de estudios:

Identificados \approx 200 \rightarrow Cribados \approx 50 \rightarrow Elegibles \approx 15 \rightarrow Incluidos \approx 10

Principales resultados esperados

Tendencias identificadas

- Fuerte presencia de estudios sobre **venta directa**, mercados locales y canales cortos.
- Creciente interés en **innovación social**, redes de productores y gobernanza alimentaria.
- La literatura destaca la importancia de:
 - Cooperativas pequeñas bien gestionadas (Campos 2015).
 - Redes sociales y difusión de innovaciones (Mesa-Manzano & Esparcia 2021).
 - Rol estratégico de la huerta en políticas alimentarias urbanas (Farinós et al. 2018).

Principales resultados esperados

Estudios clave incluidos

Mesa-Manzano & Esparcia (2021): “**Difusión de innovaciones en la agricultura ecológica y análisis de redes sociales: un ensayo de aplicación.**”

- Conclusiones: difusión de innovaciones en agricultura ecológica; redes sociales determinan adopción tecnológica.

Campos i Climent (2015): “**Factores clave en el éxito de las empresas agrarias: el caso de las cooperativas hortofrutícolas en España.**”

- Conclusiones: el tamaño de cooperativas NO determina éxito; la gestión interna sí.

Farinós et al. (2018): “**L'Horta, agricultura y ciudad: historia y presente. Valencia capital mundial de la alimentación en 2017.**”

- Conclusiones: la huerta como eje de soberanía alimentaria y gobernanza urbana; importancia de canales locales.

Principales resultados esperados

Estudios clave incluidos

Sarabia, Peris & Segura (2021): “**Transition to agri-food sustainability, assessing accelerators and triggers for transformation: Case study in Valencia, Spain**”

- Conclusiones: capacidad transformadora del sistema agroalimentario valenciano; papel clave de l'Horta y canales cortos.

Calafat & García Tomé (2024): ”**La evolución de los precios alimentarios: propuestas para una cadena agroalimentaria eficiente y justa en la Comunitat Valenciana**”

- Conclusiones: precios alimentarios y propuestas para una cadena más justa.

Conclusiones

La literatura reciente coincide en que el futuro de la Huerta de Valencia depende de:

- Reforzar cadenas cortas y venta directa.
- Mejorar la gobernanza y coordinación entre actores.
- Impulsar la innovación organizativa y la difusión técnica entre pequeños productores.

Vacíos de conocimiento:

- Escasez de estudios cuantitativos sobre rentabilidad real de canales de venta.
- Falta de evaluaciones longitudinales (2015–2025) sobre impacto de políticas como la Ley de la Huerta.

Recomendaciones:

- Promover investigación aplicada en venta directa y digitalización.
- Fomentar estudios mixtos (cualitativos + cuantitativos).
- Desarrollar modelos reproducibles para otras huertas mediterráneas.