

Radiografía de un sector: los frutales de hueso

Revista

Durante la celebración de la VII Jornada Agrícola de Trigueros, entre otros temas, se debatió sobre el mercado de los frutales de hueso, un sector con gran peso específico en Andalucía. Besana asistió a la jornada para presentarle alguna de las conclusiones en modo de breve radiografía del sector.

Producción Los principales países productores de Europa son por este orden: Italia, España, Grecia y Francia. En el caso de Grecia hay que destacar que el mayor parte de la producción de frutales de hueso se destina a la industrialización.

Variedades de hueso Los principales frutales de hueso son: albaricoques, ciruelas, nectarina, melocotón y melocotón de pavia (carne dura).

Demanda En la actualidad, la oferta supera a la demanda en los frutales de hueso. Por cultivo, la situación sería la siguiente: - Albaricoque: existe un déficit debido a problemas sanitarios. - Ciruela: a pesar del incremento de la producción, el consumo es sostenido. - Nectarina y melocotón: a pesar de los excedentes de producción de melocotón, durante las campañas 2000 al 2002, se han estabilizado las plantaciones. **Fortalezas** Grecia e Italia han bajado su producción, ésta última en un 6%, mientras que Francia se estabiliza. En cuanto a España, aumenta su producción gracias al aporte de Andalucía, sobre todo en la zona del Valle del Guadalquivir, con producción de fruta extratemprana y en Almería, con fruta tardía. La provincia de Huelva puede dar fruta al principio y al final de temporada. Aunque al principio de temporada, las variedades extratempranas alcanzan mayores precios, generalmente éstas son menos productivas, por lo que habrá que sopesar si compensa el cultivo de este tipo de variedad. Otra variable competitiva de España con respecto a Europa, es la existencia de una mano de obra barata, que se mueve en torno a las 745 Ptas por hora. Sin embargo, esta variable no marca distancia con respecto a otros competidores como Marruecos.

Amenazas La fuerte irrupción de Marruecos en el mercado. **Consumo** El consumo interno de los países productores es fuerte. España consume el 25 por ciento de su producción, sobre todo melocotón de carne dura (pavia), a diferencia del resto de Europa que prefiere la variedad de carne blanda. El consumo marcará claramente la producción, puesto que antes de proceder a la siembra hay que definir a qué mercado nos queremos dirigir. Francia y Portugal tienen privilegio país, es decir, no compra productos de otros países productores debido a la presión que ejercen los supermercados y grandes superficies. Italia consume el 35%, exportando sólo su producción de baja calidad. En cuanto a Grecia, el consumo interno es más bajo y hay mucha industrialización.

Marruecos está aumentando sus plantaciones, lo cual puede convertirse en una amenaza para la zona productora de Huelva, ya que posee buenos precios competitivos y puede dirigirse a la producción extratemprana al igual que la del valle del Guadalquivir. El mercado marroquí es muy flexible, si caen los precios el consumo interno aumenta, pero si éstos son buenos, exportan la mayoría de la producción. **Países consumidores** - Alemania: es el prime comprador europeo y un gran consumidor, con precios bajos y un concepto de calidad también bajo. Los únicos requisitos cualitativos son que el fruto tenga un buen peso y firmeza. No se sienten fidelizados por ningún proveedor. La marca no se considera importante, imperando la marca blanca del supermercado de destino. Importa de Italia, España y Grecia. - Reino Unido, es el segundo comprador exigente en calidad. Los supermercados funcionan con intermediarios que le proveen de frutas 9 meses al año, por lo que es importante diversificar la producción de fruta en el tiempo. Están fidelizados por la empresa proveedora pero no por la marca. Su consumo puede clasificarse de la siguiente manera: 20% gama alta 80% estándar - El Benelux, se caracteriza por la reimportación, compra a través de cadenas de supermercados o grandes superficies. - Portugal, consume aunque la tendencia está cambiando. En la actualidad, existe un predominio de mayoristas aunque se prevé que cambie a cadenas. La producción americana domina China y el Sudeste Asiático. Argentina ya no consume y en Brasil está disminuyendo el consumo. Existe una posibilidad de eclosión del mercado de la Europa del Este, donde Polonia es un claro exponente. **Factores a mejorar** A los agricultores hay que integrarlos en grupos, como pueden ser las cooperativas para transmitirles los conocimientos. En la comercialización la tendencia es comprar a los grandes productores, siendo muy importante que el dinero llegue al huerto. Para esto los líderes de las cooperativas tienen que entender que deben buscar buenas alternativas de mercado, que reporten ganancias al agricultor. **Punta de calidad** En la actualidad se puede exportar a todo el mundo, siendo imprescindible colocarnos a la cabeza de los países productores. En algunas provincias andaluzas se puede producir frutales de hueso desde el 15 de abril al 15 de mayo y del 25 de julio al 20 de septiembre, lo que contribuirá a la competitividad del sector en Andalucía.

