

# La subasta como alternativa de comercialización de la fresa

A corto plazo puede mejorar sensiblemente la posición de los productores en los canales de distribución

*La provincia de Huelva ostenta el liderazgo europeo en la producción de fresa que ha venido incrementándose de manera continua en los últimos años. Paralelamente, los precios han sufrido un grave deterioro que está afectando a la viabilidad económica de las explotaciones agrícolas. Los canales tradicionales de comercialización de la fresa están basados, en gran medida, en envíos en consignación, con una gran opacidad, escaso control sobre los precios y reducida capacidad de generación de valor añadido. Por ello, Freshuelva y CdeA han buscado un canal alternativo de comercialización, la subasta.*

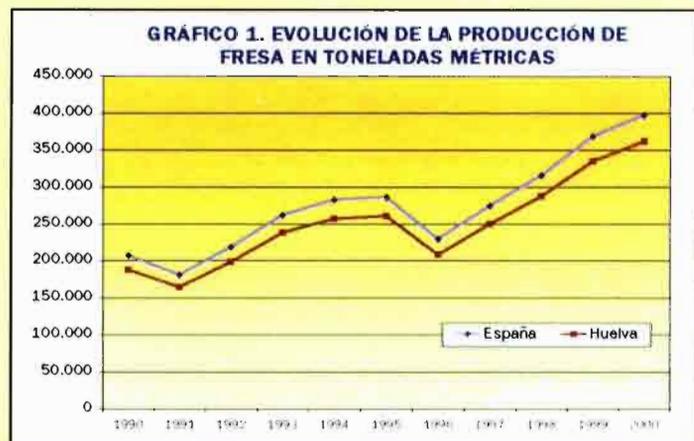
● Antonio Ruiz Molina.

Director-socio de Taso Internacional y de Redbus\*

**F**reshuelva y CdeA, conscientes de esta problemática, solicitan la realización de un estudio de comercialización en origen mediante subasta, planteándose como una alternativa comercial a los envíos en consignación, complementaria de ésta y que, aunque no pretenda sustituirla a corto plazo, pueda mejorar sensiblemente la posición relativa de los productores en los canales de distribución. El estudio demuestra la viabilidad de un mercado en origen de la fresa (MOF), siempre que agrupe a la mayor parte del sector, se comercialice un volumen significativo, se establezca un riguroso sistema de control de la calidad y se diferencie (por calidad) la mercancía allí subastada, respecto a la que se seguirá enviando en régimen de consignación.

## El sector fresero en Huelva

El cultivo de la fresa en Huelva es una actividad económica que ha adquirido un extraordinario desarrollo en las últimas décadas. La producción de fresa en Huelva ha



Fuente: Estadísticas de FAOSTAT.

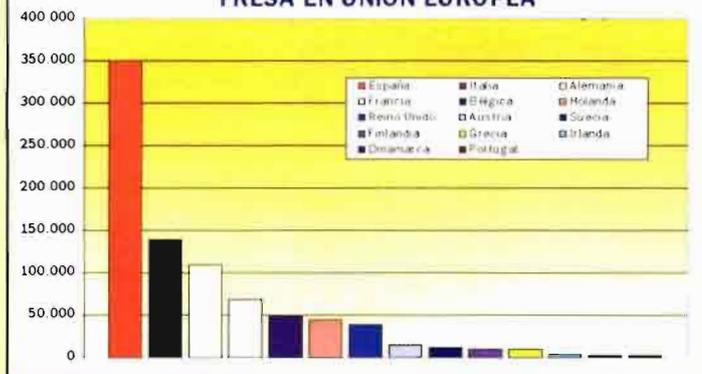
venido aumentando de manera constante en los últimos años (gráfico 1) hasta situarnos como el primer productor europeo (gráfico 2). Al aumento de la producción se han unido las circunstancias meteorológicas (temperaturas y lluvias), provocando la saturación de los mercados y la drástica reducción de los precios de venta hasta niveles que afectan la viabilidad económica de los cultivos.

La fresa onubense tiene una amplia presencia en todos los mercados europeos, siendo Alemania el primer destino de la



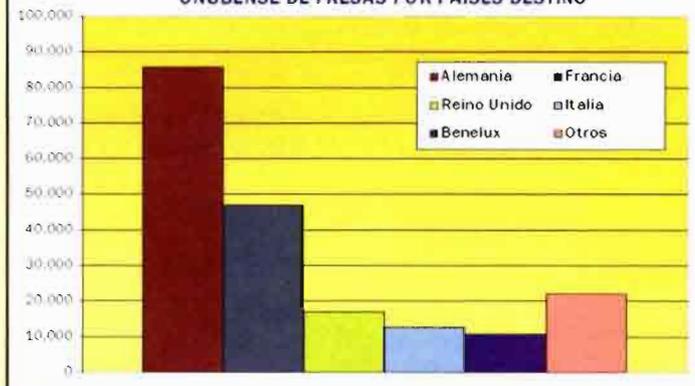
La fresa de Huelva está presente en todos los mercados europeos, destacando Alemania.

**GRÁFICO 2. PRINCIPALES PRODUCTORES DE FRESA EN UNIÓN EUROPEA**



Fuente: FAO, 2000.

**GRÁFICO 3. VALORES MEDIOS EN 97/00 DE EXPORTACIÓN ONUBENSE DE FRESAS POR PAÍSES DESTINO**



Fuente: Consejo Superior de Cámaras de Comercio (www.aduanas.camaras.org).

exportación, seguida de Francia y Reino Unido, como se muestra en el **gráfico 3**.

En lo que respecta a la competencia de fresa procedente de terceros países, destaca el hecho de que el 50% de las importaciones comunitarias tienen como origen Marruecos, aunque en realidad esto sólo supone un valor de 30 millones de US\$.

La comercialización de la fresa producida en la provincia de Huelva se realiza mayoritariamente mediante envíos en consignación a mayoristas nacionales e internacionales. Este canal de comercialización presenta una opacidad muy elevada para los productores de fresa, a la vez que su grado de control sobre los mecanismos de conformación del precio son muy reducidos, ya que:

- El precio no está determinado y se fija en destino o en mercados intermedios, en función de las fluctuaciones diarias de la demanda.

- Las reclamaciones son frecuentes y costosas y es muy difícil su verificación por parte del exportador, lo que le deja en una situación de debilidad y le obliga generalmente a aceptarlas.

- La actividad logística y la capacidad de generar valor, también queda en manos de terceros.

En un producto tan frágil y perecedero como la fresa fresca, estas circunstancias son determinantes y condicionan de hecho la capacidad de los productores para aportar valor añadido a su producción.



## PROTECTOR DE HERBICIDAS Y DE ROEDORES

- \* Fácil colocación
- \* Económico
- \* Fabricado con polipropileno y tratado con anti- U.V.

**PATENTADO**

### FRUTAL - VIÑA - OLIVO

El Protector ofrece una defensa práctica y eficaz del árbol con tratamientos de herbicidas, roedores, fuertes vientos, etc... mejorando los porcentajes de desarrollo.



**ACUDAM**

Ferrer i Busquets, 2  
Tel. 973-71 04 04 Fax 973-71 04 53  
25230 MOLLERUSSA - Lleida  
www.acudam.com

**Razones para la realización del estudio**

En el contexto descrito, la Asociación Onubense de productores y exportadores de fresas (Freshuelva) y la Comercializadora de Productos Andaluces (CdeA) entienden adecuado dedicar sus esfuerzos conjuntos al diseño de un sistema que permita una mejora en la situación actual, mediante el "Estudio de definición y puesta en marcha de un Mercado en Origen para la fresa de Huelva", cuyas conclusiones se exponen en el presente artículo.

En este sentido, y con el fin de mejorar la capacidad comercial del sector fresero onubense, la creación de un mercado en origen para la comercialización de la fresa de Huelva se plantea como una alternativa comercial a los envíos en consignación, complementaria de ésta y que, aunque no pretenda sustituirla a corto plazo, puede mejorar sensiblemente la posición relativa de los productores en los canales de distribución.

El mercado en origen de la fresa (MOF) basaría su funcionamiento en el procedimiento de "subasta", por el cual los compradores o sus representantes adquieren en origen y en firme la mercancía disponible, previamente identificada y tipificada. De este modo, la mercancía es enviada a un destino final conocido y con un precio cerrado, lo que reduce notablemente la incertidumbre del proveedor.

Por otra parte, el sistema de subasta genera un efecto inmediato de transparencia en los precios, que afectaría tanto a la mercancía contratada en el propio mercado como al conjunto de ventas de fresa de Huelva.

En el estudio se ha realizado un análisis de los diferentes aspectos de relevancia para este proyecto, como son: la valoración de la situación actual del mercado de la fresa en los principales países consumidores y la determinación de las características de la comercialización, el análisis de la oferta y la tipificación del producto y por último, el estudio del funcionamiento operativo óptimo del mercado en origen, junto con su financiación.

**Comercialización de la fresa en Europa**

En el curso de la realización del estudio se ha procedido a identificar y contactar a los clientes más representativos de: Alemania, Francia, Reino Unido y España.

El objetivo fundamental ha sido la obtención de su opinión y percepciones para la correcta definición del mercado en origen. En cada uno de los países, en función de sus estructuras de distribu-



Fuente: Zentrale IMarkt und Preisberichtsstelle GmbH (ZMP), 1999/2000.

ción actuales, se ha incidido en mayor medida en aquellas posiciones del canal con más peso específico en la comercialización de fresa, llegándose a las siguientes conclusiones generales:

1. Los grandes grupos de distribución están poniendo en práctica estrategias de concentración que les reportan un poder de negociación aún mayor que el que ya tenían y un mayor control de la competencia, que a su vez se está volviendo cada vez más agresiva entre ellos, como consecuencia del interés por adueñarse de partes mayores de un mercado que muestra muy pocos síntomas de crecimiento a medio plazo.

2. El verdadero dominio de la formación de precios está en destino, determinado por políticas internas de los grandes clientes. Los desequilibrios son siempre a la baja, para perjuicio del sector fresero.

3. Las diferencias de precios son muy importantes en el transcurso de la campaña. Existe una gran tendencia a la baja tan pronto como los factores que conducen a ello comienzan a aparecer.

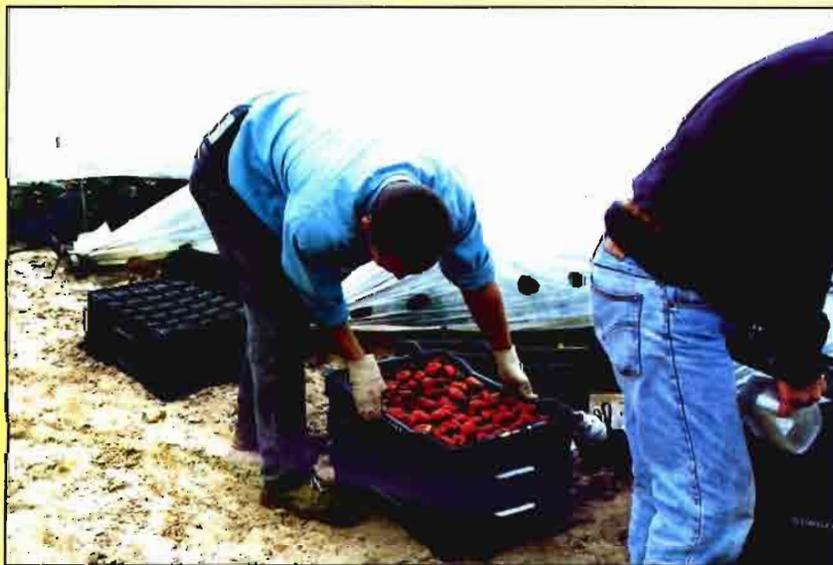
4. Es un hecho constatado el deseo de una parte importante de los intervinientes en la comercialización y distribución de la fresa, de contar con algún sistema que suponga una referencia válida y realista de precios a partir de la cual se pueda trabajar sin la incertidumbre de verse "fuera de juego".

5. Existe una creciente demanda de personalización de formatos en algunos mercados, fenómeno originado por la competencia entre los grupos de distribución y que supone una mayor complicación y costes añadidos en los procesos productivos.

6. Creciente preocupación por la sanidad alimentaria en todos los productos agrícolas, una mayor demanda de aseguramiento y acreditación sanitaria

De manera particular se puede afirmar que el mercado alemán es el escenario donde la política de precios de los supermercados está por encima de cualquier otra consideración. El número de supermercados existentes es mayor que en el resto de países de la Unión Europea (gráfico 4), así como el de los del tipo discount. La demanda tiene una posición muy dominante en la fijación de precios.

La calidad en general de la mercancía comercializada en Alemania se ve afectada por la presión de los precios. La comercialización de la fresa española en el mercado francés está fuertemente marcada por la tradición de efectuarse en consignación y a través de los operadores del mercado de Perpignan casi en exclusiva.



La subasta mejoraría la capacidad comercial del sector fresero onubense.

DOSSIER FRESÓN

# Ayudas PAC 2002

## Mucho más que una ayuda



**SORTEO DE  
7 TRACTORES**

### Y muchas más ventajas

Si piensa que da lo mismo gestionar la PAC en cualquier sitio, se equivoca. Porque sólo en Banesto encontrará ventajas exclusivas y el servicio que le ofrece el único banco especializado en el campo. Súmelo todo y verá que, en Banesto, su PAC es mucho más que una ayuda.

- Anticipo de su ayuda en excelentes condiciones.
- Seguro de Responsabilidad Civil gratuito para el ganado\*.
- Tarjeta AgroBanesto XXI, para que pague sus compras sólo una vez al año.

\* Sujeto a las condiciones de la póliza y contratado con Banesto Seguros, S.A.



Le asesoramos en su Oficina Banesto o desde su casa con nuestro programa informático exclusivo:

- Compruebe que plan de cultivos le interesa más.
- Qué hacer, de forma fácil y sencilla.

- Y llévese uno de los 7 tractores New Holland TN-STD-75. Una auténtica ayuda.

Sorteo ante notario, el 22.04.2002



www.banesto.es

CUADRO

VARIABLE	VALORES POSIBLES	
Producto	Fresa.	
Variiedad	Camarosa (u otras variedades disponibles).	
Suministrador	Nombre de uno o varios de los suministradores que intervienen en el mercado.	
Cantidad	Nº de palets completos.	
Envase y embalaje	Uno de los tipos normalizados.	
Producción controlada	Si	No
Producción integrada	Si	No
Control de peso	Exacto (-5 / +20 gramos)	Aproximado
Calibre	Homogéneo (25 - 40 mm.)	Todos los calibres
Color	Rojo intenso	Rojo pálido
Colocación	Encarada	Sin encarar

La gran distribución en Francia está muy implantada y desde hace mucho tiempo. Sin embargo, no adopta el sistema de trabajo directo con proveedores al mismo nivel que el mercado británico, dejando espacio a que intervengan un mayor número de intermediarios. Así pues, existe una posibilidad de mejorar la situación comercial si se logra alterar ciertos hábitos y ofrecer un servicio que cubra en exceso las demandas de los supermercados y a mejor precio.

En el mercado inglés existe liderazgo absoluto de la gran distribución en manos de un número reducido de supermercados. Tradicionalmente ha pagado cualquier producto con mejores precios que cualquier otro mercado europeo, pero la creciente competencia entre ellos está mermando esta característica y los márgenes se están viendo perjudicados. La pugna principal se está librando entre Tesco, el principal supermercado del país y Asda, que tras la adquisición por parte de la norteamericana Wall Mart está aplicando con éxito una estrategia de liderazgo en precios, que está transmitiendo una enorme presión a sus proveedores, algunos de los cuales ya han preferido abandonar.

Los supermercados británicos están poniendo en práctica un proceso que denominan de "racionalización de proveedores" que consiste en reducir a 1 ó 2 el número de proveedores designados por producto. Los supermercados británicos siempre han liderado las exigencias en las especificaciones de los productos y los procesos de producción y elaboración. Siguen siéndolo y continúan introduciendo protocolos que aseguren la calidad, la sanidad, el respeto al medio ambiente y otros aspectos. Relacionado con este tema, hay que mencionar la trazabilidad, que resulta imprescindible para trabajar con estos supermercados.

En lo que respecta al reparto de cuota de mercado por parte de la distribución minorista en Reino Unido basta decir para obtener una clara idea de la situación general, que el 70% de la fruta fresca que se vende en el país, lo hace a través de las grandes cadenas de supermercados. Ello reafirma la importancia de los planteamientos anteriores si se quiere conseguir una buena posición en la comercialización de fresa en este mercado.

**Sistemas de subasta en Holanda**

No se han tomado como ejemplo los sistemas de subasta almerienses, debido a que en el caso de la fresa resulta inviable, en principio, la creación de un mercado en origen de tipo convencional basado en la subasta en tiempo real de mercancía recolecta-

da previamente y que se encuentra situada físicamente en uno o varios almacenes, por dos razones fundamentales, que se exponen a continuación:

- La fresa es un producto extremadamente delicado, por lo que su recolección, manejo y conservación requieren condiciones particulares, entre las que destacan la necesidad de reducir al mínimo las operaciones de manipulación y transporte y la utilización intensiva, en distintas etapas del proceso, de instalaciones frigoríficas.

- El planteamiento estratégico del mercado en origen se orienta hacia posiciones de clara diferenciación, con un objetivo de mercado centrado en los clientes más cualificados y exigentes, evitando una competencia frontal con los envíos en consignación, que resultaría difícilmente sostenible.

Por lo tanto, es preciso diseñar procedimientos innovadores que, por una parte, permitan utilizar las infraestructuras de almacenamiento y manipulación disponibles, sin necesidad de realizar grandes inversiones en inmovilizado ni de someter la fresa a innecesarios procesos de transporte y manipulación, y por otra, sean válidos para acceder de forma competitiva a las principales cadenas europeas de distribución alimentaria.

Holanda es un país pionero en lo que se refiere a la investigación agrícola, tanto a nivel de producción como de comercialización, destacándose en este punto su enorme importancia como centro de redistribución de productos en fresco a otros mercados, y por otra parte, el sistema de subasta como forma de distribución es muy utilizado en el país, lo que supone que ha sido depurado y mejorado a lo largo de los años en los que se viene desarrollando.

Se ha estudiado con detenimiento la subasta de TELEFLOWER, mercado para mayoristas de flor cortada procedente de África Oriental creado en 1995 y que utiliza como medio de valoración el reloj de la subasta holandesa. Los compradores pueden buscar proveedores en la base de datos, y la mercancía va directamente del productor al comprador dentro de las 24 horas establecidas, garantizado por el intermediario, sin obviar que la clasificación de los lotes se realiza en función de la calidad de la mercancía.

Cada ordenador está conectado a un reloj de subasta totalmente informatizado, donde se pueden observar los precios y procesos logísticos. Los compradores no pueden visualizar la mercancía y además, no se encuentran físicamente en la subasta. El ordenador proporciona al comprador la información de las próximas subastas: el productor, el producto, las unidades, calidad y la mínima cantidad de compra. En la pantalla el comprador observa el reloj de la subasta, el reloj comienza con un precio alto, y va disminuyendo hasta que un comprador detiene el reloj pulsando una tecla de su ordenador. El subastador pregunta al comprador, a través de conexión telefónica, qué cantidad de mercancía va a comprar. El comprador determina la cantidad. Posteriormente se reinicia el proceso poniendo de nuevo en funcionamiento el reloj, y comienza de nuevo la subasta para las siguientes unidades, hasta que toda la mercancía sea vendida.

La rapidez del sistema es elevada, no sólo en el proceso de subasta, sino también en el proceso posterior a la venta. En ocasiones el producto puede ser entregado al comprador media hora después de la compra.

Debido a que los compradores no pueden estar físicamente en la subasta, un factor importante es determinar la calidad de la mercancía que el comprador quiera adquirir. Aunque los compradores pueden ver la mercancía que van a adquirir, tan sólo el 30% ven la mercancía antes de comprarla. Con lo cual una información adecuada sobre el control de la calidad de los productos es esencial para el correcto funcionamiento de la subasta.

Como conclusiones del análisis de los diferentes sistemas de subasta en Holanda, se llega a lo siguiente:

1. El control del mercado por determinados participantes es el precursor del fracaso del sistema de subasta electrónica.

2. Las innovaciones tecnológicas (IT) permiten asegurar la calidad de la información, lo que favorece la existencia de mercados más eficientes, y contribuye al éxito de los sistemas de subasta electrónica.

3. Las motivaciones comunes de los participantes hacia un sistema de subasta electrónica contribuyen al éxito de estos sistemas.

4. De acuerdo con la calidad percibida del producto, las actuaciones logísticas y las innovaciones tecnológicas, se obtiene como resultado una elevada fiabilidad. Esta fiabilidad contribuye al éxito de los sistemas de subasta electrónica.

### La tipificación del mercado en origen (MOF)

El planteamiento del mercado en origen de la fresa de Huelva se concibe según los siguientes requisitos:

- Fresa fresca cultivada en la provincia de Huelva.
- Cultivo, recolección, transporte y manipulación realizados con cumplimiento estricto de toda la normativa legal en vigor.
- Recolección con el suficiente grado de madurez y con procedimientos que garanticen el correcto estado de la fresa.
- Clasificación y selección en origen en el momento de la recolección, utilizando distintos envases para mercancía que responda a distintas tipologías.
- Manipulación en finca y transporte a almacén en condiciones que garanticen la perfecta conservación de la fresa.
- Refrigeración inmediata de la fresa, en condiciones controladas.
- Manipulación y supervisión en almacén, utilizando maquinaria adecuada y en locales que reúnan las características idóneas.
- Preparación de los lotes de acuerdo a las normas internas del mercado en origen.
- Conservación de la mercancía, desde la recepción en almacén hasta su expedición a destino, en condiciones controladas de refrigeración.
- Trazabilidad completa, de modo que puedan conocerse, para cada unidad comercializada, como mínimo, las informaciones siguientes:

- Finca y parcela de origen de la fresa
- Origen de la planta
- Registro de los procedimientos de cultivo utilizados en dicha parcela y de los agroquímicos empleados.
- Fecha y método de recolección
- Condiciones de transporte a almacén
- Registro del proceso de refrigeración a la recepción en almacén.
- Fecha y hora de manipulación en almacén y línea utilizada.
- Registro del proceso de refrigeración y conservación.

En la reglamentación interna que desarrollen los órganos de gestión del mercado en origen se deberá precisar y cuantificar cada uno de estos requisitos de obligatorio cumplimiento, de forma que quede expresamente excluida del mercado cualquier partida de fresa que no cumpla rigurosamente los requisitos exigidos por la legislación vigente o no haya sido recolectada y manipulada siguiendo las buenas prácticas de conservación.

Con este conjunto de variables y con los valores que las mismas pueden adoptar, que se resumen en la tabla siguiente, queda perfectamente identificado cualquier lote de fresa que pueda ser puesto a la venta en el mercado en origen.

# Checchi & Magli



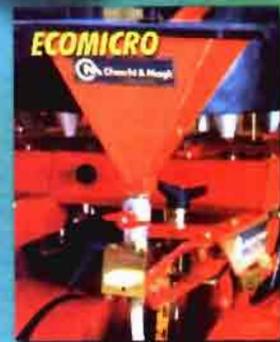
## TRASPLANTADORA DUAL 12 PLUS

### Un operador vale por Dos

Un unico operador  
alimenta contemporaneamente  
dos hileras de trasplante



...Para la seguridad



...Para el medio ambiente



...Para los custos



...Para el confort

Via Guizzardi, 38 40054 Budrio BOLOGNA ITALIA  
Tel. 051 80.02.53 • Fax 051 69.20.611  
www.checchiemagli.com e-mail: info@checchiemagli.com

## El planteamiento estratégico del MOF

El mercado en origen de la fresa debería plantearse la siguiente estrategia capaz de desarrollar ventajas competitivas sostenibles a medio y largo plazo:

- Fundamentar su diseño y su actuación en criterios de aseguramiento de la calidad, fiabilidad y garantía recíproca entre los operadores.

- Disponer de un volumen de producción elevado (no inferior a un 10% de la producción onubense), con regularidad a lo largo de la campaña, que permita el abastecimiento en todo momento y pueda suponer una referencia de precios para el sector.

- Contar con un número suficiente de productores onubenses comprometidos con la calidad y con el funcionamiento riguroso del mercado.

- Generar, desde el momento de su creación, un régimen interno de funcionamiento riguroso, preciso y de máxima garantía.

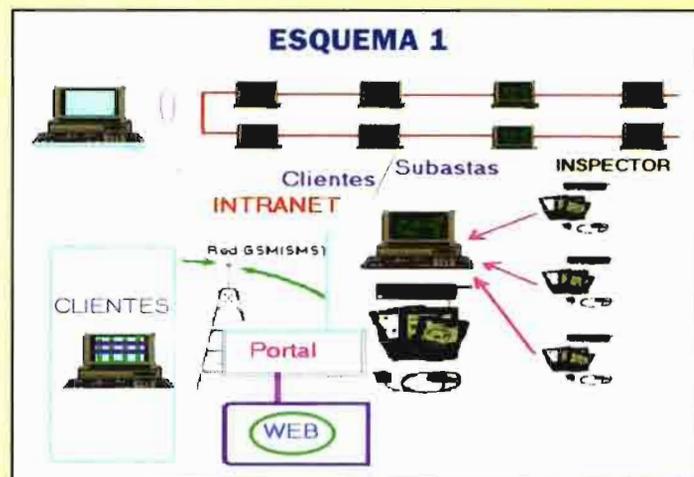
- Usar intensivamente las Tecnologías de la Información y Comunicación.

- Aportar servicios complementarios de valor añadido (logística, aseguramiento, financiación,...) a todos los operadores del mercado.

## Funcionamiento operativo del mercado

El diseño del mercado en origen de la fresa se fundamenta en tres principios básicos:

- Las operaciones de compra-venta se realizan sobre partidas de fresa que no ha sido recolectada en el momento de la subasta. De este modo, lo que se contrata son compromisos firmes de en-



trega futura de mercancía tipificada.

- El mercado en origen no dispone de locales para el almacenamiento, la conservación o la exposición de la mercancía que contrata, que se almacena, manipula, conserva y expide en las instalaciones de los suministradores.

- El funcionamiento del mercado en origen se basa en el aseguramiento de la calidad y en la fiabilidad de las operaciones, que son garantizadas por las partes y por la entidad gestora del MOF.

Este planteamiento da respuesta a las peculiaridades propias de la producción de fresa de Huelva, adaptando los modelos tradicionales de contratación mediante subasta a las formas de operar utilizadas actualmente por los principales compradores europeos.

Con este marco operativo pueden definirse dos tipos de transacción:

1. Programaciones, con entregas regulares periódicas. Generalmente serán semanales, si bien podrán establecerse otros plazos, en función de la demanda.

2. Lotes concretos para entrega a fecha fija en los 5 días siguientes a la subasta.

En ambos casos, la contratación se realizará por subasta, por un método específico, derivado de la adaptación del sistema holandés a la baja.

En un primer momento se opta por una subasta presencial, con una utilización avanzada de las tecnologías de la información (**esquema 1**) en los procesos de comunicación entre todos los operadores, pero requiriendo la presencia física de los compradores o de sus representantes en una única sala de subasta y realizando todas las contrataciones de forma presencial.

El sistema se diseña de modo que en el futuro resulte posible la incorporación de otras opciones, como la subasta simultánea en varias salas situadas a distancia o la contratación individual desde ordenadores remotos. También se pueden desarrollar con facilidad innovaciones sobre el aseguramiento, en tiempo real de las operaciones de compra, la financiación bancaria (descuento) o la integración con los sistemas de logística de proveedores y clientes.

La estructura operativa necesaria para el funcionamiento del mercado es muy reducida. Su repercusión en el precio de la fresa puede ser de unas escasas pesetas por kilo de fresa subastada en el mercado. Igualmente, la inversión necesaria para la puesta en marcha del mercado es de unas decenas de millones de pesetas, fundamentalmente en el equipamiento informático, ya que los locales de la subasta pueden ser alquilados. ■

\* Esta ponencia ha sido expuesta en las XVIII Jornadas Agrícolas y Comerciales, organizadas por la Caja de Ahorros de El Monte.

## LAS VENTAJAS DE LA BIOLOGÍA MOLECULAR

**BIOAGA USA CORP.**  
Molecular Biology  
Laboratory.  
Miami, Florida, USA.

Rte. en España  
**BERLIN EXPORT**  
Tudela - Navarra  
Tel. 902 154 531

[www.berlinex.com](http://www.berlinex.com)

**BIOAGA a la cabeza de la alta tecnología con sus Abonos CEN conocidos internacionalmente por sus Excelentes resultados: producción y calidad.**

### CEN FERTILIZANTE CIENTIFICO Registrado en USA Nº F-1417

#### RECORDS DE PRODUCCIÓN CON CEN:

- ✓ 11.500 kg de cebada por hectárea.
- ✓ 22.000 kg de maíz por hectárea.
- ✓ 14.500 kg de arroz por hectárea.
- ✓ 215.000 kg de tomate por hectárea.
- ✓ 14.000 kg de uva de viña en secano por hectárea (14 °)
- ✓ 80.000 kg de patata por hectárea.
- ✓ 250 kg de aceitunas por árbol.
- ✓ Arroz con 300 µg/kg de Vitamina A más 400% de Vitamina E.

#### MEDALLAS OBTENIDAS EN FRANCIA UTILIZANDO CEN EN VIÑA:

- Medalla de Oro: Tournon, Francia.
- Medallas de Plata y Bronce: Labastida, Rioja.

#### FERTILIZANTES Y PIENSOS ECOLOGICOS:

- **EKOLOGIK Fertilizante natural.**  
Autorizado en la UE para agricultura ecológica
- **CEM Pienso natural.** Registro en USA nº 583.  
Autorizado en la UE para ganadería ecológica.  
Conversión: 1,57.

Empresa ganadora de **DOS ESTRELLAS INTERNACIONALES DE ORO:**  
Una a la **TECNOLOGÍA** y otra a la **CALIDAD:**  
**TROFEO al PRESTIGIO COMERCIAL.**