

Aumenta un 16% la exportación hortofrutícola

Hay que adoptar medidas para garantizar la rentabilidad futura del sector

A pesar de la importancia del sector de frutas y hortalizas para la economía española (un 32% de la Producción Final Agraria), su futuro se ve amenazado por diversos factores, como la competencia externa o la concentración de la distribución; por lo que es necesario adoptar medidas que garanticen la rentabilidad del sector en los próximos años.

● EQUIPO TÉCNICO DE FEPEX.

La producción hortofrutícola constituye un sector estratégico de la economía agraria española. Representa en torno al 32% de la Producción Final Agraria (incluida la ganadería y otros sectores como el lácteo) y alrededor del 50% de la Producción Vegetal Final (PVF), que es igual a la suma de la Producción Final de los demás sectores, incluidos los grandes cultivos, como cereales, oleaginosas, aceite de oliva y vino. Además, este sector tiene una alta capacidad de generación de empleo y el más bajo nivel de ayudas del sector agrícola.

Sin embargo, su importancia trasciende del sector agrario. Las exportaciones de frutas y hortalizas en 1997 totalizaron 928.388 millones de pesetas, un 16% más que el año anterior, lo que representa la mitad de la exportación agroalimentaria española y constituye uno de los primeros sectores exportadores de nuestro país, con capital mayoritariamente nacional, por lo que no transfiere rentas al exterior, como ocurre en otros sectores también destacados en la balanza comercial española.

No obstante, y a pesar de la importancia de este sector dentro de la economía nacional, existen una serie de factores como el fuerte incremento de la competencia externa o la concentración de la distribución, que amenazan su rentabilidad futura. Algunas medidas como la mejora de la dotación financiera de los fondos operativos, la aprobación de una política integral para el sector o el desarrollo de las estructuras de comercialización pueden conseguir que se superen las dificultades mencionadas.



La competencia de productos hortofrutícolas extranjeros perjudica al sector exportador español.

Las zonas productoras y exportadoras

La multiplicidad y diversidad de los productos que abarca el sector hortofrutícola, le hace estar presente en la mayor parte del territorio nacional; sin embargo, la producción exportable se sigue concentrando en un número reducido de Comunidades Autónomas, que presentan las características agroclimáticas óptimas para estos cultivos: la Comunidad Valenciana, Andalucía, Murcia e Islas Canarias.

Estas cuatro Comunidades representaron en 1997 el 67% de la producción nacional, que totalizó 17.932.300 toneladas, según datos de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; aunque la cifra es incompleta, puesto que el MAPA no hace el seguimiento de productos de gran importancia en algunas zonas, como el pepino, el calabacín o la berenjena.

En exportación, estas cuatro Comunidades Autónomas representaron el 90% del total nacional, lo que refleja que la mayor parte de su producción está dirigida a

la exportación. La propensión exportadora, es decir, el dato que indica el peso de la exportación sobre la producción, refleja que en estas autonomías es mucho mayor que en España. Así, mientras que en España se exporta el 46% del total de frutas y hortalizas que se producen, en Andalucía es el 52%; en Valencia el 66% y en Murcia el 76%.

Dentro de estas Comunidades Autónomas, las principales provincias exportadoras son Valencia, con 2.115.074 t vendidas en el extranjero en 1997 por un valor de 191.005 millones de pesetas, y Almería, con 1.250.804 t exportadas por un valor de 130.663 millones de pesetas.

Destaca también la fuerte participación en la exportación nacional de algunas provincias como Alicante, con 54.854 millones de pesetas en exportación de frutas y hortalizas en 1997, un 17% más que en 1996; Huelva, con 50.015 millones (+32%); Las Palmas, con 35.049 (+46%); Sevilla, con 23.508 (+37%) y Tenerife, con 16.175 millones de pesetas (+107%).

El sector hortofrutícola en estas provincias y Comunidades Autónomas es una de las actividades económicas más importantes para su desarrollo y, en algunos

casos, la más importante; además de que la rentabilidad social de estos cultivos es muy elevada.

Por otra parte, el sector hortofrutícola constituye un factor fundamental en la corrección de los desequilibrios regionales y en el mantenimiento de la renta y el empleo, sin que existan, en muchos casos, ni cultivos, ni actividades económicas alternativas a las actuales.

Los productos más exportados

Por productos, la principal hortaliza exportada por España es el tomate, que ha experimentado un notable incremento en los últimos años, pasando de las 337.000 toneladas exportadas en 1990, por un valor de 27.000 millones de pesetas, a alcanzar casi el millón de toneladas exportadas en 1997 por un valor de 104.148 millones de pesetas. El desarrollo de otras hortalizas de cultivo intensivo, como la lechuga, el pimiento y el pepino, ha sido también muy importante en los últimos años, mientras que los cultivos extensivos como la cebolla o el ajo han experimentado crecimientos mucho menores.

En frutas: cítricos, melón, sandía y fresa

son, por este orden, las más exportadas, experimentando un comportamiento muy dinámico en la última década. Las exportaciones de melón han crecido desde 1990 en un 40%, pasando de 145.067 a 363.314 toneladas en 1997; los envíos de sandía han aumentado un 42% y se situaron el año pasado en 309.512 t y los de fresa se incrementaron un 50%, alcanzando en 1997 el volumen de 210.680 t.

Los mercados

Tanto en frutas como en hortalizas, más del 90% del volumen exportado se destina a los países de la UE. Alemania, Francia, Reino Unido y Países Bajos son los primeros mercados del sector español.

Alemania es gran importador comunitario de frutas y hortalizas. Con una producción propia muy baja en relación a sus necesidades y concentrada durante la época estival, aunque con tendencia al alza, la dependencia del mercado frente al exterior es una de las más elevadas de la UE. Los consumidores germanos dan mucha importancia a todo "lo verde", lo que queda reflejado en la imposición, como requisito para exportar a Alemania, de



Semana Verde de Galicia

SILLEDA • 27 / 31 DE MAYO • 1998

EL MAYOR ESCAPARATE AGROALIMENTARIO QUE USTED PUEDA VER

420.000 metros cuadrados en donde usted podrá encontrar las últimas novedades mundiales en ganadería, alimentación, tecnalimentación, hortofloricultura, maquinaria agrícola y forestal.

Una año más, la Semana Verde demuestra su madurez como el más importante encuentro europeo entre los consumidores, las empresas y los profesionales del sector. El mayor escaparate del sector agroalimentario, donde usted no puede faltar.



FUNDACION SEMANA VERDE DE GALICIA 36540 SILLEDA (Pontevedra) - España

Telf. 34 (9) 86.58.00.50 • Fax: 34 (9) 86.58.08.65 / 01.62 • <http://www.semanaverde.org> - e-mail: prensa@semanaverde.org

utilizar palets retornables, cajas IFCO retornables, materiales de envasado y etiquetado reciclables con el punto verde como certificado y una mayor preocupación por el modo de cultivo de los productos comercializados.

Francia es el segundo destino de nuestras exportaciones hortofrutícolas, pero a la vez es nuestro principal proveedor. Los cítricos son la primera fruta exportada por España y el tomate y pimiento las principales hortalizas; mientras que los franceses son el primer proveedor de patata de nuestro país. Los mercados mayoristas de Francia presentan una importante vía de comercialización para los productos españoles, siendo especialmente relevante los de St. Charles y Rungis (París). En los últimos años, el país vecino se ha convertido en uno de los puntos conflictivos para los exportadores españoles. Las agresiones a las frutas y hortalizas españolas que se producen cada año cuando las producciones francesas coinciden con las españolas en los mercados europeos, es decir a partir del mes de marzo, y los bloqueos de las carreteras provocados por las huelgas de transportistas, perjudican enormemente los envíos españoles.

Holanda es el gran mercado mayorista del continente europeo, al que llegan productos de todo el mundo para distribuirse por toda la UE. Por ello, gran parte de las exportaciones españolas, son reexpedidas. Esta característica de país reexportador origina el que los productos enviados a Holanda abarquen una amplia gama de variedades, dependiendo del destino final.

El Reino Unido es el país europeo con mayor desarrollo de las cadenas de distribución, lo que hace que el estándar de calidad exigido en este mercado sea sensiblemente superior al de otros mercados europeos. Este aspecto, junto a la fuerte competencia entre las distintas cadenas para conseguir cuota de mercado, se transforma para los proveedores españoles en una exigencia de coste y de alta preparación del producto. Bajo el justificante de cumplimiento de normas de higiene, sanidad y calidad, los supermercados imponen unas normas de actuación que controlan desde la producción a la distribución, lo que para muchos productores españoles supone una fuerte transformación de su empresa.

Las amenazas de la exportación

La concentración de la distribución, descrita al examinar el mercado británico, es una tendencia creciente en todos los

mercados europeos, constituyendo uno de los factores que inciden y pueden amenazar la estructura y rentabilidad del sector.

El incremento constante de la cuota de mercado de la gran distribución está provocando un reforzamiento de su posición contractual, no compensada por una mayor organización de la producción y del comercio en origen.

Otros de los factores que pueden amenazar la rentabilidad de este sector son:

- Fuerte incremento de la competencia externa. La modificación del régimen de intercambios, provocada por los acuerdos de la Ronda de Uruguay del GATT, implica una reducción del nivel de protección. Por otra parte, los acuerdos bilaterales de la Unión Europea con Marruecos y otros

sible, lo que requiere importantes cambios para el productor exportador, a los que ya ha empezado a adaptarse. Por otra parte, el consumo de frutas y hortalizas frescas está disminuyendo en favor de los productos subsistidos, debido principalmente a causas sociales como la incorporación de la mujer al mundo laboral.

El futuro del sector

Para conseguir que el sector supere los problemas mencionados es prioritario en primer lugar una mayor organización de la producción y la comercialización en origen. La tendencia de los últimos años y la que debe predominar en el futuro es la de reducir la atomización existente en el sector, con un número elevado de explotaciones y de empresas comercializadoras, en favor de una mayor organización de la producción y comercialización en origen. La creación y reforzamiento de las organizaciones de productores, uno de los objetivos fundamentales de la Organización Común de Mercado, es la mejor forma de llevarlo a cabo ya que, a través de ellas, se pueden realizar funciones básicas como la mejora de la calidad, la comercialización y la regulación cuantitativa del volumen a comercializar, aspectos necesarios para conseguir una mayor rentabilidad de las producciones.

Sin embargo, desde FEPEX se considera que las ayudas al sector reguladas en la OCM son insuficientes para introducir los cambios necesarios y afrontar con éxito los problemas del sector anteriormente mencionados. Por ello, en nuestra opinión, es esencial una mejora de la dotación financiera de la OCM a través de los fondos operativos, que contribuyan a mejorar la capacidad financiera del sector para realizar las inversiones necesarias; sobre todo, si se tiene en cuenta que el presupuesto del sector en la UE con cargo al FEOGA-Garantía ascendió en 1997 a 1.610 millones de ecus, lo que representa tan sólo el 3,8% del gasto total.

Por último, creemos que el sector hortofrutícola español necesita también la aprobación de una política integral orientada a mantener la competitividad de esta actividad económica, que incluya todos los aspectos que inciden sobre la actividad productiva y comercial, desde los relacionados con la política laboral, pasando por la aprobación de una política hidrológica que garantice el suministro de las zonas productoras, hasta los aspectos medioambientales. ■



La UE es destino principal de nuestras exportaciones hortofrutícolas.

Estados mediterráneos están generando un aumento de los envíos desde el Norte de África.

- Incremento de la oferta comunitaria. El alargamiento de las campañas de producción en casi todos los países productores de la Unión Europea y la reorientación de los cultivos están generando un fuerte crecimiento de la competencia, debido al solapamiento de las campañas y una situación de exceso de la oferta comercializable de carácter estructural en algunos productos.

- Cambios en el consumo. Los consumidores europeos muestran un interés creciente por los productos cultivados en condiciones respetuosas con el medio ambiente y con el menor nivel de residuos po-