



El mercado hortofrutícola europeo. El caso de los intercambios españoles

JOSÉ ÁLVAREZ RAMOS

Ingeniero agrónomo

En el artículo publicado en el número especial de esta revista (mayo-junio 2002) dedicado a frutas y hortalizas, con motivo de la participación española en la exposición internacional Floriade 2002, analizaba la globalización y competencia en el mercado hortofrutícola comunitario. Entonces citaba en mi artículo que había habido dos acontecimientos de una enorme trascendencia para el sector. El primero fue la entrada en vigor del mercado único europeo el 1 de enero de 1993, que supuso la supresión total de las fronteras interiores y el cambio de los flujos intracomunitarios de frutas y hortalizas, y el segundo, la introducción del euro el 1 de enero de 2002, cuyos efectos no se po-

dían medir en aquel momento, pero cuyas ventajas eran bien conocidas.

¿Qué es lo que ha pasado en el mercado comunitario desde aquella fecha hasta el día de hoy? En relación con el mercado único se han incrementado y consolidado los flujos intracomunitarios que han ayudado a una mejor regulación del mercado interior europeo. La introducción del euro ha permitido una mayor transparencia del mercado por la facilidad para comparar precios en los distintos países. ¿Alguien puede imaginar cómo hubieran afectado al comercio intracomunitario las actuales tensiones financieras y monetarias? Pensemos como ejemplo en la brusca devaluación de la libra esterlina en el último año, así como otras monedas es-

candinavas y de los nuevos Estados miembros de la UE con respecto al euro. Sin ninguna duda, el euro ha dado estabilidad al mercado intracomunitario y, por supuesto, ha sido junto con el dólar la moneda de referencia en el comercio mundial de frutas y hortalizas.

Ha habido otro hecho importante en este periodo, que ha sido la incorporación a la UE en 2004 de diez nuevos Estados miembros, que se amplió a dos más en 2007. Esta UE (27 países en la actualidad) agrupa a 500 millones de consumidores en un mercado sin ningún impedimento de tipo comercial, lo cual representa nuevas oportunidades para consolidar la producción y el comercio europeos.

PANORÁMICA DEL SECTOR EN EUROPA

El mercado europeo de frutas y hortalizas se abastece en más de un 90% con la producción propia, que alcanzó 122,9 millones de toneladas en 2006. Las importaciones comunitarias en el mismo año fueron 16 millones de toneladas de frutas y hortalizas por un valor de 14.500 millones de euros, y las exportaciones alcanzaron 5,8 millones de toneladas por un valor de 3.700 millones de euros, según datos de la Comisión Europea. El comercio intracomunitario en el periodo 1998-2006 no ha sufrido grandes cambios. Del análisis de las cifras oficiales comunitarias, que aparecen en el cuadro 1, hasta 2006 no se había notado significativamente la ampliación a los nuevos Estados miembros.

Se importan principalmente frutas, entre las que destaca el plátano, que en 2006 alcanzó la cifra de 4,18 millones de toneladas considerando la UE-25, de los que 900.000 toneladas procedían de los países ACP y el resto de la zona dólar (Centroamérica, Colombia y Ecuador). También se importan frutas tropicales, cítricos y frutas de contraestación de diversos orígenes (zona dólar, Cono Sur, Sudáfrica, países mediterráneos), así como hortalizas del Magreb e Israel. La exportación extracomunitaria de frutas y hortalizas se destina principalmente a Rusia y Suiza. El mercado ruso ha tenido un desarrollo espectacular en los últimos años, habiendo tomado posiciones en él los principales operadores europeos que son los mayores exportadores.

¿Cómo puede evolucionar el mercado hortofrutícola europeo? Creo firmemente que este mercado no va a cambiar significativamente en los próximos años. En hortalizas, España y Holanda seguirán liderando el comercio intracomunitario, pues son los dos países que tienen infraestructuras y más ventajas competitivas para la producción intensiva y la comercialización. En este sentido ha habido innovaciones importantes en la producción comunitaria; cito dos ejemplos: la experiencia holandesa en invernade-

Distribución y Consumo reconoce el esfuerzo del sector español de frutas y hortalizas

En mayo-junio de 2002 tuve el honor de coordinar para *Distribución y Consumo* un número especial dedicado al sector español de frutas y hortalizas con motivo de la exposición internacional Floriade 2002, celebrada en los Países Bajos. Siete años después he recibido con agrado un encargo similar, para dedicar otro número especial a este importante sector, previo a la celebración de la primera feria internacional Fruit Attraction, que tendrá lugar en Madrid del 4 al 6 de noviembre de 2009.

El sector hortofrutícola, que es el primero de nuestra exportación agroalimentaria, ha demostrado, sobre todo, su capacidad de renovarse y de ir consiguiendo metas a través de la incorporación de innovaciones a lo largo de la cadena desde la producción hasta el consumo. Habría que resaltar el logro de algunos hitos como el importante avance en el control biológico de plagas en los invernaderos con la consiguiente disminución de fitosanitarios, obtención de nuevas variedades más adaptadas a la demanda, utilización de envases reutilizables, trazabilidad..., hasta conseguir superar la cifra récord de los 8.000 millones de euros, que fue el valor de la exportación en 2008. También ha habido importantes cambios en el mercado interno, donde habría que destacar la fuerte competencia entre las cadenas de la distribución. El sector, por otra parte, ha apostado fuerte por la promoción y está tratando de potenciar el liderazgo español en la exportación de frutas y hortalizas en fresco.

Mercasa, editora de *Distribución y Consumo*, forma parte, por invitación de Fepex, del comité organizador de Fruit Attraction, a cuyo impulso pretenden contribuir también, aunque sea modestamente, los artículos sobre el sector hortofrutícola que se incluyen en este número de la revista.



CUADRO 1

Intercambios de la Unión Europea de frutas y hortalizas frescas*. Miles de toneladas

		UE - 15					UE - 25		
		1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Comercio intracomunitario (1)	Hortalizas	6.895	7.121	7.243	8.226	8.756	6.539	7.225	7.427
	Tomates	1.515	1.623	1.653	1.813	1.919	1.416	1.576	1.623
	Pepinos	648	664	669	690	753	392	475	524
	Frutas (no cítricos)	5.784	5.923	5.869	6.502	6.855	5.311	5.979	6.124
	Manzanas	1.458	1.553	1.445	1.886	2.049	1.353	1.430	1.664
	Peras	477	441	460	548	585	486	563	507
	Melocotones y nectarinas	723	722	748	758	710	510	632	651
	Cítricos	2.977	3.296	2.882	3.414	3.519	2.892	2.889	3.095
	Naranjas	1.309	1.574	1.381	1.677	1.717	1.353	1.119	1.284
	Limonos	424	418	398	452	418	388	390	432
	Clementinas	726	822	700	841	926	682	813	792
Importaciones	Hortalizas	901	874	1.027	1.124	1.199	1.076	1.164	1.262
	Tomates	214	174	207	214	243	233	298	296
	Pepinos	9	9	15	20	14	12	16	21
	Frutas (no cítricos)	3.050	2.932	3.193	3.362	3.729	3.689	4.115	4.142
	Manzanas	743	585	657	801	869	867	901	757
	Peras	297	261	261	296	314	305	364	311
	Melocotones y nectarinas	17	15	22	20	27	29	38	29
	Cítricos	1.759	1.585	1.805	1.600	1.737	1.667	2.038	1.851
	Naranjas	841	736	932	721	811	749	911	836
	Limonos	190	164	193	199	251	268	406	297
	Clementinas	125	112	112	104	130	139	139	121
Exportaciones	Hortalizas	1.104	1.238	1.296	1.370	1.510	1.131	1.380	1.308
	Tomates	256	207	285	260	246	146	130	148
	Pepinos	62	68	75	80	73	40	44	41
	Frutas (no cítricos)	1.249	1.436	1.553	1.397	1.296	1.105	1.660	1.910
	Manzanas	379	501	484	432	433	379	761	911
	Peras	95	108	139	130	143	174	209	245
	Melocotones y nectarinas	200	216	227	237	135	137	182	186
	Cítricos	1.010	1.257	1.305	1.191	1.190	551	524	596
	Naranjas	393	505	648	561	532	235	231	258
	Limonos	182	232	250	222	229	123	41	86
	Clementinas	277	372	323	303	290	143	189	183

(1) Basado en las entradas.

* En este cuadro no está incluido el plátano, cuya importación extracomunitaria alcanzó los 4,18 millones de toneladas en 2006.

FUENTE: Situación de la agricultura en la UE. Informe de 2007.

ros que han incorporado la cogeneración eléctrica utilizando el gas del Mar del Norte, y se ha avanzado espectacularmente en el control biológico de plagas en la producción en los invernaderos del sureste español. Este avance compensa la disminución progresiva de la disponibilidad y uso de productos fitosanitarios de acuerdo con la política comunitaria en esta materia. Esto, además, supone un gran alivio para no sobrepasar los

límites máximos de residuos (LMR), que han dado problemas en el pasado en los países de destino.

En frutas seguirá existiendo en el futuro la competencia entre los países meridionales (España, Grecia e Italia) y se mantendrán los flujos tradicionales de la importación extracomunitaria. Los países exportadores de plátano de la zona dólar (liderados por Ecuador) siguen reclamando la reducción arancelaria, ya que no se

conformaron con la eliminación de los contingentes, pero la ralentización de la Ronda Doha en el actual contexto de la crisis económica y financiera supone un freno en la negociación. Donde sí se ha producido un incremento en la importación comunitaria en este periodo ha sido en la piña en fresco, principalmente de Costa Rica, y en algunas frutas de contraestación como sandía o melón procedentes de Centroamérica y Brasil, así como

El portal de la alimentación fresca

www.mercabarna.com

"¿Dónde puedo comprar fruta de calidad para mis establecimientos?"

"¿A qué precio se ha vendido hoy la gamba langostinera?"



"¿Dónde está situado el nuevo almacén de Carnes X?"

"¿Qué festivos abre Mercabarna-flor en 2009?"

en cítricos y uva de Sudáfrica y otras frutas de contraestación del Cono Sur.

Mi análisis se basa en las cifras que aparecen en los cuadros que acompañan este artículo. Habrá analistas que vean debilidades en la producción interna y en el comercio intracomunitario y, sobre todo, amenazas en la producción extracomunitaria y la importación. Por supuesto que existen esas dudas o preocupaciones, pero en cuanto a este segundo aspecto la Unión Europea y los países extracomunitarios tienen mecanismos de negociación política establecidos donde tienen que tratar de defender sus intereses. Lo anterior no impide que se busque también la defensa por otras vías intentando ser técnicamente más competitivos. Por ejemplo, es bien conocido que uno de los puntos débiles del comercio intracomunitario es el transporte por carretera, principalmente en los países más periféricos como España, Grecia y, en menor medida, Italia.

La Comisión Europea está apoyando desde hace varios años el transporte de grandes volúmenes, para poder cumplir con los acuerdos de Kioto de reducción de emisiones de gases, así como para abaratar costes y descongestionar las rutas europeas para que disminuya la siniestralidad. Dentro de las posibilidades del transporte intermodal, la que parece más factible, y de hecho cuenta con varias experiencias en el comercio intracomunitario, es la del barco-camión. Son ejemplos bien conocidos los ferrys que van desde el continente a Inglaterra y a Escandinavia. Hay experiencias recientes de barcos que transportan los remolques del camión (sin cabeza tractora) desde Barcelona a Civitavecchia (Roma), con lo que se evita el trayecto por carretera del "arco" franco-italiano, que está altamente congestionado. Otra ruta lógica para este tipo de transporte es la del norte de España (Vigo, Bilbao, Santander) a Inglaterra o a los puertos cercanos al Canal de la Mancha y el Benelux. Todas estas iniciativas citadas se enmarcan en lo que en el argot comunitario se denomina "las autopistas del mar".



Considero que el sistema de producción comunitaria (principalmente el de producción intensiva) es un modelo consolidado, que mantiene su cuota en el mercado comunitario gracias a los avances tecnológicos. Las normas de calidad de la distribución europea EUREP-GAP se han universalizado y se aplican ya a todo el comercio mundial, denominándose ahora GLOBAL-GAP. Se está avanzando en la implantación de las denominaciones de origen y en la promoción de determinadas variedades (p.e. el tomate tipo "raf"). También en el control biológico de plagas, como se citó anteriormente, la trazabilidad, el uso de envases reutilizables, etcétera.

LOS INTERCAMBIOS ESPAÑOLES

El comercio exterior español de frutas y hortalizas presenta un balance excepcional, habiendo superado la exportación por primera vez los 8.000 millones de euros. España es líder mundial y europeo en la exportación hortofrutícola, destacando su dominio en la exportación de hortalizas durante los meses de invierno, donde es el único productor-exportador comunitario. En el sector de frutas, como ya se ha indicado, hay mayor competencia con otros socios comu-

nitarios y también con la importación extracomunitaria.

Habrà quien argumente que no hay que ser triunfalista y que es un mercado maduro, con pocos márgenes, etc., pero las cifras que se aportan sobre la exportación-importación españolas en el periodo 2001-2008 confirman el auge de un sector que no ha dejado de superarse en los últimos 30 años. Desconozco si el caso se analiza en alguna de las excelentes escuelas de negocio españolas, pero sin duda merecería su atención. Es el primer renglón de nuestra exportación agroalimentaria seguido a mucha distancia por el vino y el aceite de oliva.

La exportación permanece en el entorno de los 9,5 millones de toneladas, siendo el capítulo distorsionador, normalmente, el de los cítricos donde hay más variaciones en la producción y por tanto en la exportación. Sin embargo, en valor no ha parado de crecer en este periodo, pasando de 6.244 millones de euros en 2001 a 8.010 millones de euros en 2008, ¡casi 2.000 millones de euros más! La importación española ha crecido desde 1,6 millones de toneladas en 2001 hasta 2,6 millones de toneladas en 2008, es decir, ha aumentado relativamente más que la exportación y en valor ha pasado desde unos 850 millones de euros en 2001 a 1.540 millones en 2008.



GRUPO EUROMERCA

Import - Export

www.grupoeuromerca.com

El Sabor de lo Natural

The Taste of Nature

EUROMERCA, S.A.
Import - Export
Plataforma baja, Nave-10
Mercamadrid
28053 Madrid
T.: +34 902 366 953
F.: +34 917 867 601

EUROMERCA, S.A.
NAVE E-14-16-18
Mercamadrid
28053 Madrid
T.: +34 902 366 953
F.: +34 917 867 601

E.U. EXPLOTACIONES AGRARIAS, S.A.
NAVE E-17
Mercamadrid
28053 Madrid
T.: +34 902 366 953
F.: +34 917 858 794

EURO DISTRIBUCIÓN, S.A.
Comercio de Frutas
NAVE C - 42-44
Mercamadrid
28053 Madrid
T.: +34 902 366 953
F.: +34 917 855 100

ALMAROC, S.L.
Agadir (Marruecos)
T.: +34 902 366 953



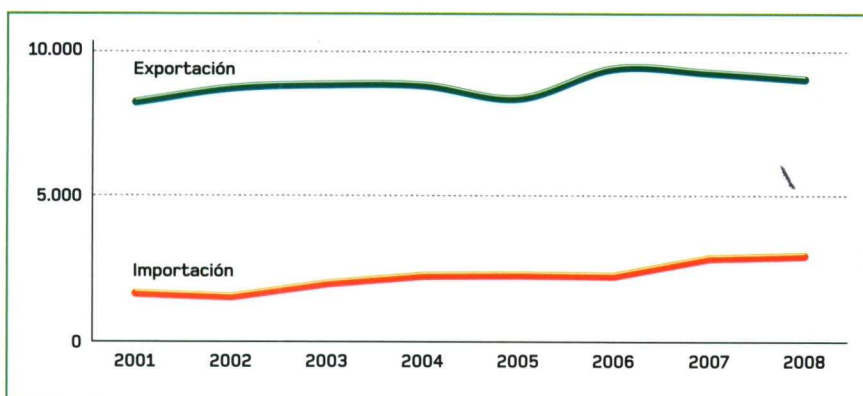
CUADRO 2

Evolución del comercio hortofrutícola de España durante el período 2001-2008. Miles de toneladas

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Exportación	8.795	9.173	9.264	9.243	8.897	9.692	9.580	9.408
% destinado a la UE	88	88	94	94	94	94	93	94
Importación	1.630	1.542	1.892	2.098	2.113	2.091	2.562	2.624
% procedente de la UE	68	69	67	67	64	62	60	59

FUENTE: Elaboración propia con datos de FEPEX.

GRÁFICO 1

Evolución comercio hortofrutícola español en volumen. Miles de toneladas

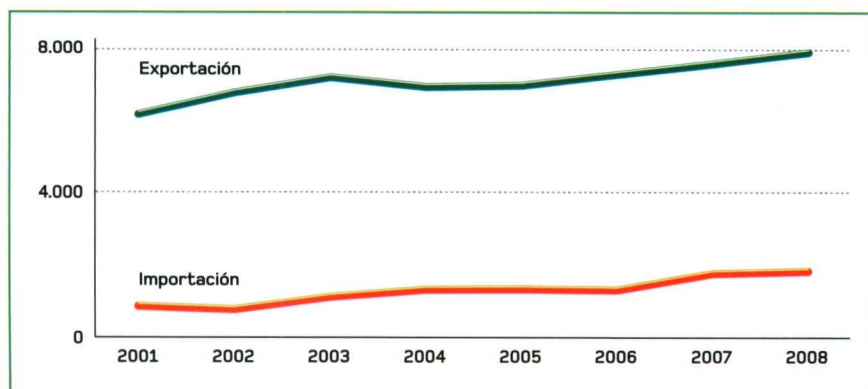
CUADRO 3

Evolución del comercio hortofrutícola de España durante el período 2001-2008. Millones de euros

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Exportación	6.244	6.869	7.301	7.031	7.072	7.388	7.687	8.010
% destinado a la UE	86	90	95	95	95	94	93	94
Importación	nd	nd	988	1.108	1.149	1.199	1.486	1.540
% procedente de la UE	nd	nd	53	53	48	50	49	47

FUENTE: Elaboración propia con datos de FEPEX.

GRÁFICO 2

Evolución comercio hortofrutícola español en valor. Millones de euros

Si se realiza un análisis detallado de los cuadros 2 y 3, se observa que el 94% de la exportación va destinado a la UE y en torno al 60% de la importación procede de la UE, es decir, el mercado intracomunitario domina nuestro comercio exterior. El 6% de la exportación restante se dirige, en gran medida, a dos países extracomunitarios (Rusia y Suiza) y el 60% de nuestra importación son productos de temporada europeos, como pueden ser hortalizas de Holanda y frutas de Francia o Italia. Hay que destacar que el valor de la importación procedente de Europa representa un 60% en volumen, pero en valor es de un 47%, lo que significa que son productos que entran a un valor más bajo que la importación extracomunitaria.

Sin embargo, quiero resaltar que el saldo en valor de la exportación-importación, en este período 2001-2008, ha permanecido siempre por encima de los 6.000 millones de euros, alcanzando en 2008 los 6.500 millones de euros ¡Este es el dato realmente importante! Somos un mercado más abierto, pero mantenemos nuestra competitividad exportadora.

En los cuadros 4 y 5 se han analizado los datos de la exportación española al inicio del período (años 2001 y 2002), cuando la UE tenía 15 Estados miembros, y al final del período (años 2007 y 2008), con la UE de 27 Estados miembros. Por eso el valor de la exportación comunitaria ha aumentado en mayor medida que la extracomunitaria, que se ha reducido.

La exportación se dirige principalmente



a Alemania, Francia, Reino Unido y Países Bajos, que concentran el 66% de la exportación en 2008, habiendo bajado desde el 71% que suponía en 2001. Esto es consecuencia del incremento de la exportación a los nuevos Estados miembros, entre lo que destaca Polonia, con 335 millones de euros en 2008, que ya supera a Portugal.

¿Qué puede pasar en el futuro con nuestro comercio exterior? Creo que el sector productor está manteniendo su competitividad con respecto a la producción comunitaria, y donde hay que hacer el esfuerzo es en el transporte y en la comercialización en destino, es decir, en la presencia exterior de las empresas. Es ahí donde somos menos competitivos que Holanda, tanto por su estratégica situación geográfica en el núcleo de los mercados de destino como por "su saber hacer comercial".

Me gustaría llamar la atención sobre una actividad que cada vez va a tener más importancia en nuestro país, como es la reexpedición de productos procedentes de países extracomunitarios. Nuestros principales operadores, cuando no disponen de producción en España, importan productos para no perder cuota de mercado y fidelizar a sus clientes europeos, principalmente frutas de contraestación del Cono Sur o Sudáfrica, que se descargan en los puertos españoles y van destinados tanto al consumo interno como al mercado europeo. Esta oportunidad de negocio tiene como competidores más directos a los operadores holandeses, cuya

CUADRO 4

Evolución de la exportación hortofrutícola española por producto durante el periodo 2001-2008

PRINCIPALES PRODUCTOS	VOLUMEN (MILES DE T)				VALOR (MILLONES DE EUROS)			
	2001	2002	2007	2008	2001	2002	2007	2008
Calabacín	169	172	223	225	140	146	160	175
Cebolla	263	251	247	266	64	65	102	68
Coles	290	305	311	303	237	246	271	256
Lechuga	486	496	518	554	339	388	459	436
Patata	267	237	264	274	79	59	85	96
Pepino	359	351	437	454	259	254	358	372
Pimiento	399	465	369	436	442	449	495	623
Tomate	1.031	950	891	954	728	801	862	845
Zanahoria	94	100	88	90	45	47	42	44
Otras hortalizas	442	384	390	419	451	466	471	458
TOTAL HORTALIZAS	3.800	3.711	3.738	3.975	2.784	2.921	3.305	3.373
Cítricos	3.063	3.483	3.782	3.148	1.905	2.291	2.489	2.371
Fresa	225	216	197	217	305	357	327	393
Melocotón	126	166	236	247	133	135	205	219
Melón	381	380	379	349	219	250	226	245
Nectarina	149	213	282	315	161	186	258	316
Pera	162	134	89	142	87	79	60	91
Sandía	312	306	306	315	110	114	138	155
Uva	102	118	111	137	102	119	151	181
Otras frutas	475	446	461	563	438	417	528	666
TOTAL FRUTAS	4.995	5.462	5.843	5.433	3.460	3.948	4.382	4.637
TOTAL FRUTAS Y HORT.	8.795	9.173	9.581	9.408	6.244	6.869	7.687	8.010

FUENTE: Elaboración propia con datos de FEPEX.

reexpedición en volumen es tan importante como la producción propia, y en menor medida a los franceses, que reexpiden productos españoles desde Perpiñán.

LA APUESTA DE FRUIT ATTRACTION

Finalmente, no quiero terminar este artículo sin hacer referencia a la promoción comercial y a la próxima feria Fruit Attraction que se celebrará por primera vez en Madrid del 4 al 6 de noviembre de 2009. El sector ha apostado fuerte por sacar adelante esta feria con el argumento de que España, como país líder mundial en la exportación hortofrutícola, carece de un instrumento que le permita poner en valor su capacidad productiva y comercial, tratando de aunar los esfuerzos de promoción que se realizan desde distintos ámbitos. Creo que hay un espacio por

cubrir que esta muestra puede ocupar como trataré de explicar.

A nivel mundial hay dos grandes ferias internacionales en este sector, la primera es Fruit Logística, que se celebra cada año en Berlín en el mes de febrero y que ha tenido un crecimiento espectacular en los pocos años que lleva como feria independiente, y la segunda es la PMA norteamericana (Produce Marketing Association), que se celebra anualmente en Estados Unidos a primeros de octubre, con un enfoque más orientado al mercado americano y sus proveedores. La sede es itinerante y tan importante como el tema comercial es la convención internacional que lleva asociada.

Fruit Logística recibe el triple número de expositores que la PMA y tiene un carácter más internacional. Es la primera feria europea del sector y participan todos los operadores europeos, siendo el lugar

de encuentro entre éstos y sus distribuidores en toda Europa. Lo curioso de esta feria es que nació como una sección temática de la Semana Verde de Berlín, impulsada en su inicio por una conocida revista especializada en el sector. Es un buen ejemplo de cómo las ferias no se componen solamente de stands, sino que también tienen que atraer a los participantes mediante un programa complementario de calidad.

Fruit Attraction puede cubrir el nicho de la oferta y ser el escaparate para potenciar nuestra imagen de país como líder en la exportación mundial, tratando adicionalmente de conseguir la participación de los países latinoamericanos, que son una potencia en la exportación de frutas y hortalizas, así como los países mediterráneos, países ACP y Sudáfrica. Para conseguir que este encuentro despegue con fuerza, es necesario contar con un programa de conferencias y actividades colate-

CUADRO 5

Evolución de la exportación española de frutas y hortalizas por destino durante el período 2001-2008. Millones de euros

PAÍS	HORTALIZAS				FRUTAS				TOTAL			
	2001	2002	2007	2008	2001	2002	2007	2008	2001	2002	2007	2008
Alemania	712	747	768	849	867	1.008	944	1.034	1.579	1.755	1.712	1.883
Francia	509	534	564	566	802	921	983	1.038	1.311	1.455	1.547	1.604
Reino Unido	573	611	622	590	373	428	461	509	946	1.039	1.083	1.099
Países Bajos	390	379	450	423	219	279	305	314	609	658	755	737
Italia	111	134	147	154	256	281	277	317	367	415	424	471
Portugal	90	76	115	124	188	168	187	190	278	244	302	314
Bélgica	57	62	85	79	134	149	169	180	191	211	254	259
Otros países UE	175	182	438	456	181	234	666	686	356	416	1.104	1.142
TOTAL UE (1)	2.617	2.725	3.189	3.241	3.020	3.468	3.992	4.268	5.637	6.193	7.181	7.509
Extra-UE	167	196	116	132	440	480	390	369	607	676	506	501
TOTAL	2.784	2.921	3.305	3.373	3.460	3.948	4.382	4.637	6.244	6.869	7.687	8.010

(1) Años 2001 y 2002, datos UE-15. Años 2007 y 2008, datos UE-27.

FUENTE: Elaboración propia con datos de FEPEX.

rales de nivel; además de, por supuesto, el propio enfoque comercial, de forma que esta muestra suponga para el partici-

pante un valor añadido en relación con lo que ofrecen otras ferias nacionales e internacionales. ■

Mayorista de frutas y hortalizas

ALOMAR **FRUTAS ALOMAR, S.A.**



Mercamadrid. Nave E. Puestos 20-22-24: Tel. 91 785 54 94. Puestos 40-42-44: Tel. 91 785 77 94. Fax 91 785 99 14

Carretera Villaverde a Vallecas, Km 3,800. 28053 Madrid