



## El zumo español busca su sitio en Europa



**Antonio Martínez**  
Periodista agroalimentario

El sector español de los zumos se encuentra en plena encrucijada. En primer lugar se enfrenta a una transformación de las normas europeas que regulan el producto y que pueden traer cambios de entidad en el negocio tal como lo entendemos. Pero también se enfrenta a un cambio en la forma de organizar la producción, en la que se opta por una relación más estrecha entre agricultores e industrias para tratar de colocar a España como referente europeo en el sector de los zumos. Un futuro de plantaciones mecanizadas, con variedades orientadas a la producción de zumos y con costes muy competitivos.

**E**spaña es una potencia mundial en el sector de frutas y hortalizas. Hay productos como el de los cítricos en el que marcamos tendencias en los mercados internacionales. De hecho, somos el primer exportador mundial de cítricos para su consumo en fresco, que llegan a unos 85 países. Se estima que sólo el valor de los cítricos que comercializa nuestro país alcanza los 3.000 millones de euros al año.

Sólo en el primer trimestre de 2011, las exportaciones hortofrutícolas alcanzaron los 3,1 millones de toneladas y los 2.813 millones de euros. La Federación Española de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (FEPEX) calcula que las ventas crecieron un 18% en volumen y un 7% en valor. No parece que la crisis económica sea un escollo insalvable para el sector.

Estas cifras, más que respetables, dan una idea de la importancia de este sector en la economía española. En buena lógica,

España debería ser una potencia en un sector como el del zumo, tan ligado a la producción hortofrutícola, en especial en lo que atañe a los cítricos. Sin embargo, la realidad es muy distinta. El mercado europeo está dominado por industrias como la alemana, que no puede presumir precisamente de sus plantaciones de cítricos o de frutales, más allá de las manzanas. Es más, el 80% del zumo de naranja que se consume en la Unión Europea se importa de terceros países, fundamentalmente Brasil y Estados Unidos. Y estamos hablando de un mercado inmenso, que supone el 10% de todas las bebidas no alcohólicas que se consumen en Europa.

### EL MODELO DE BRASIL

El modelo que triunfa hoy en el mundo "es el de la producción brasileña, basado en el zumo concentrado y a costes muy bajos", aclara Óscar Hernández, presiden-



## LA NUEVA DIRECTIVA

El Parlamento Europeo aprobó a finales del mes de mayo el informe que, sobre la modificación de la Directiva de zumos, ha elaborado el eurodiputado español Andrés Perelló. Un documento que propone cambios de entidad a la propuesta que en



su día elevó la Comisión Europea. Entre otros aspectos, cabe destacar que la Cámara propone que las normas técnicas que recoge el Códex para Zumos y Néctares de Frutas sean de obligado cumplimiento para todos los productos que se comercialicen en la Unión Europea, independientemente de su origen.

Precisamente, otra de las enmiendas que plantea la Eurocámara es la posibilidad de autorizar una práctica muy común en Brasil y Estados Unidos a la hora de elaborar zumo de naranja. Se trata del uso de hasta un 10% de mandarina. El informe también plantea la posibilidad de que los néctares puedan llevar en su composición edulcorantes, y no sólo azúcares o miel.

Los europarlamentarios también se mostraron a favor de que los zumos directos puedan indicar en su etiqueta que no contienen azúcar añadido. Igualmente se solicita a la Comisión la puesta en marcha de campañas informativas que ayuden al consumidor a diferenciar las distintas categorías comerciales que van a encontrar en los mercados. "Veremos, dijo el ciego".

te de la Asociación Española de Fabricantes de Zumos (ASOZUMOS).

"Hace años que se hicieron los dueños del mercado", asegura Antonio Jiménez, responsable de Cítricos de la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas Agrarias (FAECA). "Los brasileños tienen unos costes de producción mucho más bajos. Su zumo tiene un grado brix más alto (mayor concentración de azúcares) y se utiliza para mezclar con el nuestro, que es más fuerte".

Las industrias brasileñas concentran ese zumo (le extraen parte del agua) con lo que es un producto más sencillo y barato de transportar a grandes distancias. Ese zumo concentrado es la base sobre la que

se asientan industrias tan potentes como la alemana que, "compra el concentrado en Brasil y lo envasa. Hablemos a las claras, Granini, el gigante alemán ha hecho las cosas muy bien, ha sabido darle un valor añadido a su producto", admite Óscar Hernández. También en el mercado español el zumo elaborado a base de concentrados supone el grueso de las ventas.

En esas condiciones es muy difícil competir. Siempre hay alguien al otro lado del Atlántico que lo puede hacerlo más barato que tú. Tan sólo tienes que importarlo, restituir el agua

eliminada en el proceso de concentración y envasar. Parece evidente que España tiene que tender hacia otro modelo. Un modelo que tiene que aprovechar nuestras potencialidades "tenemos los cítricos, las frutas de hueso y el zumo de uva, que hay que fomentar", aclara el presidente de Asozumos.

Quizás sea el momento de optar por vender más zumo directo en los mercados europeos, promocionando lo que les diferencia de los productos que nos lle-

## ZUMOS, CONCENTRADOS Y NÉCTARES

Uno de los problemas tradicionales que arrastra el sector es el de las denominaciones comerciales de los distintos productos que llegan al mercado y que se pueden identificar como zumos. La legislación comunitaria (que está en plena revisión) establece una tipología de productos muy clara, que no obstante, sigue generando confusiones entre los consumidores.

La Directiva 2001/112 establece la autorización para cuatro categorías comerciales. La primera, evidentemente, es la de zumo de frutas. Básicamente se trata de un producto obtenido de exprimir una o varias frutas, al que, si es necesario, se le pueden añadir aroma, pulpa y células que se hayan perdido en el proceso de extracción.

La segunda categoría corresponde a los zumos de frutas a base de concentrados. En este caso la materia prima son zumos a los que se ha eliminado, al menos, el 50% del agua que contienen. A la hora de elaborar el producto que va a llegar al consumidor se rehidrata y se le puede añadir aroma, pulpa y células perdidas durante el proceso de exprimido.

Finalmente llegamos a la última categoría, la de néctar. En este caso estamos hablando de un producto formado por zumo o puré de frutas al que se le añaden agua y azúcares o miel. La norma europea establece el nivel mínimo de zumo o puré de frutas que ha de contener el néctar, que para el caso del melocotón, naranja o piña se fija en el 50%, mientras que para el albaricoque se reduce al 40%.

# ¡ FIABILIDAD Y RENTABILIDAD !



## SELECTA, la vendimiadora arrastrada la más vendida en Europa

**Sus Concesionarios:**  
**ALBACETE:** MARIN PENA MAQUINARIA, 967 324 152. FERNANDO MARTINEZ MARTINEZ, 635 467 631.  
**BADAJOS:** NIARSA, 924 808 030. BURGOS: CASTRILLO JOSE, 947 502 676.  
**CIUDAD REAL:** AGROARAQUE, 926 634 697. METALICAS BUJAN, 926 572 108.  
**CORDOBA:** AGRICOLA QUERO, 957 600 633.  
**CUENCA:** AGRIBGO, 967 490 533. BUSGRIMA, 969 135 166.  
**LA RIOJA:** AGRIBEMA, 941 141 710. CASTILLO Y ORBANANOS, 941 311 235.  
**LEON:** MAQUINARIA AGRICOLA PEDRO, 987 423 305.  
**TARRAGONA:** REVERTE TALLERS, 977 629 248.  
**TOLEDO:** SANTOS MARTIN TALLERES, 925 826 448.  
**VALENCIA:** HERNANDEZ MARTINEZ JULIO, 962 302 066.  
**ZARAGOZA:** VALDACAR MOTOR, 976 622 166.



**FABRICANTE VENDIMIADORAS ALMA.**  
 Z.I. 26130, Saint-Paul-Trois-Chateaux, FRANCE  
 Tel. Oficina +33 (0)4 75 04 70 38. Tel. Comercial España +33 (0)6 10 87 87 40.  
 Fax. +33 (0)4 75 04 53 03 - www.alma-france.com - mail alma-france@orange.fr



## EL ZUMO NO ES INMUNE A LA CRISIS

La apatía en el consumo también ha afectado a los zumos. Las estimaciones de Asozumos hablan de un descenso en las ventas de los zumos de un 2% en 2010, mientras que los néctares habrían logrado un raquíptico aumento del 1%. Sólo el zumo de naranja y los enriquecidos aguantan el tirón. El resto pierden cuota de mercado en favor de los néctares de los mismos sabores, lógicamente más baratos.

Los mayores descensos se produjeron en Horeca, un 7%. Algo muy similar a lo que está ocurriendo con otros productos de alimentación, que al igual que los zumos, pierden tirón en ese canal de comercialización.

En 2010 los hogares españoles compraron un 10% más en volumen de zumos y néctares, con un 7% por ciento más en valor. Asozumos valora de forma positiva estos datos. Sobre todo si se comparan con los que obtuvieron las bebidas refrescantes y las aguas envasadas que, en 2010, perdieron presencia en la cesta de la compra de los españoles, un 3,6% y un 6,3% respectivamente.

De esta forma el mercado español cerró el año 2010 con un volumen de unos 1.100 millones de litros de zumos, lo que arroja un consumo per capita de 23,5 litros al año, por encima de la media europea. A la cabeza del consumo europeo se situó Alemania con unos impresionantes 34,5 litros por persona y año.

gan de terceros países, añade Hernández, y detalla que según las cifras que maneja la Asociación, “en 2010 exportamos unas 674.000 toneladas e importamos unas 210.000. Básicamente exportamos zumos a granel a Europa, sobre todo zumos directos de naranja que se envasan en el país de destino”.

## NUEVA DIRECTIVA

Esa es la batalla que ahora se está librando en Bruselas. La Comisión Europea ha lanzado un proceso para reformar la Directiva 2001/112, la norma que regula este sector. Y los cambios que se avecinan van a ser importantes. Así lo asumen desde Asozumos, “España está siguiendo

## // EL MODELO QUE TRIUNFA HOY EN EL MUNDO ES EL DE LA PRODUCCIÓN BRASILEÑA, BASADO EN EL ZUMO CONCENTRADO Y A COSTES MUY BAJOS //

muy de cerca este proceso. De hecho el ponente en la Eurocámara es un diputado socialista español (Andrés Perelló)”, comenta su presidente.

Para la industria española, la gran batalla será la diferenciación entre zumo directo y el que se elabora a base de concentrado. La norma actual obliga a los fabricantes a que identifiquen el proceso que se ha seguido para obtener el producto. La etiqueta ha de indicar si se ha exprimido la fruta (zumo directo), o se ha elaborado a partir de concentrados. El presidente de Asozumos defiende, “que siga apareciendo en la etiqueta. El zumo directo está más ligado a una zona, mientras que los concentrados viajan por todo el mundo. Es una información relevante para el consumidor. Ahí tenemos que luchar con los países centroeuropeos. La industria alemana aduce que esta diferenciación no aporta valor al consumidor”. Pero no es el único cambio que plantea el proyecto, como nos continúa explicando Óscar Hernández, “también la exigencia de que no se pueda añadir azúcar al zumo. Así se refuerza su imagen de producto premium. Defendemos ese cambio. Pero igualmente defendemos que se nos permita indicar en la etiqueta ‘sin azúcar añadido’ para luchar contra otras bebi-



das en igualdad de condiciones". Desde la asociación temen que, de otra manera, el consumidor se decante por otros productos que presumen de ser más dietéticos, al no saber que el zumo no puede contener más azúcares que los naturales.

En este punto en concreto, Asozumos cuenta con el apoyo incondicional de la Asociación Española Empresarial de Mostos y Zumos de Uva (AEMZU). "El zumo de uva es un edulcorante natural, no lo olvidemos", nos recuerda Rafael Puyó, secretario general de la asociación. "El consumidor debe saber, si lo que toma es fruta o sacarosa añadida". No hay que olvidar que el mosto se ha ganado un puesto en este sector gracias a la capacidad de endulzar los zumos multifrutas, sin perder por ello su carácter de natural, explica Puyó y añade que "la industria española de los zumos absorbe entre 1,3 y 1,7 millones de hectolitros de mosto al año".

El sector percibe que estos cambios pueden aportar un plus a los productos españoles frente a los que comercializan los grandes grupos multinacionales.

## QUIÉN DICE QUÉ

// "Lo que no podemos hacer es destinar el desrío a hacer zumo. No se puede utilizar la fruta de desecho. Hay que apostar por variedades específicas para zumo y recolectarlas en su punto óptimo de madurez para el uso que le va a dar la industria". **ÓSCAR HERNÁNDEZ, ASOZUMOS //**

// "Nosotros pensamos que el futuro tiende a plantaciones específicas para zumo con recolección mecanizada. Así lograremos abaratar los costos". **ANTONIO JIMÉNEZ, FAECA //**

// "El zumo de uva es un edulcorante natural. No hay que olvidar que el mosto se ha ganado un puesto en este sector gracias a la capacidad de endulzar los zumos multifrutas, sin perder por ello su carácter de natural". **RAFAEL PUYÓ, AEMZU //**

## HACIA UN NUEVO MODELO

Pero, por sí misma, la nueva Directiva no va a acabar con las debilidades de nuestra industria, que Antonio Jiménez resume en una sola, "la rentabilidad". El modelo agroindustrial de los zumos en España se ha basado en destinar aquellos productos

que no tienen salida comercial en fresco para elaborar zumos. "Mientras haya mercado de fresco el zumo es secundario. Pero no podemos olvidar que la naranja que se destina a zumo te ayuda a regular el mercado de cítricos. Esta industria juega un papel fundamental", asegura el responsable de Cítricos de FAECA.

## ¿Seguro?



## ¡Seguro!



**EPSO**  
**— Combitorp**

Magia de la naturaleza. EPSO Combitorp® es la referencia Europea entre los abonos foliares con magnesio, azufre y micronutrientes. Sus características: composición ideal (13% MgO, 34% SO<sub>2</sub>, 4% Mn, 1% Zn), completamente soluble en agua, inmediatamente disponible para las plantas y aptos para todos los cereales. Sus efectos:

- evita carencias durante el crecimiento
- aporta micronutrientes en los picos de demanda
- influye favorablemente en la calidad de la cosecha

EPSO Combitorp® es el abonado foliar ideal para cereales, que podrá realizar simultáneamente con un tratamiento fitosanitario. EPSO Combitorp® – la solución correcta en primaveras secas y frías.





“Tiene que haber un mayor entendimiento con los productores” nos explica el presidente de Asozumos. “Lo que no podemos hacer es destinar el destrío a hacer zumo. No se puede utilizar la fruta de desecho. Hay que apostar por variedades específicas para zumo y recolectarlas en su punto óptimo de madurez para el uso que le va a dar la industria”.

Eso implica algo más que un cambio de mentalidad. “Hay que llegar a acuerdos a medio y largo plazo con los productores y realizar contratos de suministro. Así evitamos lo que ha ocurrido en años en los que al agricultor la ha interesado más el mercado de fresco y hemos tenidos problemas de abastecimiento. Pero también implica ir a explotaciones más profesionales que primen la calidad”, comenta Hernández.

Se impone un nuevo modelo de relación entre agricultor e industria, un modelo que ya se está empezando a ensayar. “Ya existen experiencias en nuestro país de explotaciones volcadas en la producción de naranja para zumo”, cuenta el presidente.

Las cooperativas andaluzas hace tiempo que llegaron a la misma conclusión. “La superficie de naranja se ha quintuplicado en la última década en Andalucía”, según las estimaciones de Antonio Jiménez. “Nosotros pensamos que el futuro tiende a plantaciones específicas para zumo con recolección mecanizada. Así lograremos abaratar los costos”. Esa es la verdadera prioridad ahora, “hay que cambiar. Desde que desapareció la ayuda acoplada a los cítricos, la situación se ha tornado difícil. Al año, apenas tenemos cuatro semanas de buenos precios”, aseguran desde FAECA.

Renovarse o morir. Y las cooperativas no

## // EL SECTOR PERCIBE QUE LOS CAMBIOS QUE PUEDE APORTAR LA NUEVA DIRECTIVA PODRÍAN DAR UN PLUS A LOS PRODUCTOS ESPAÑOLES FRENTE A LOS GRANDES GRUPOS MULTINACIONALES //

están dispuestas a que el futuro les pase por encima, “tenemos dos plantaciones experimentales con un marco de plantación de 4 X 1 y 1.666 plantas por hectárea. Estamos haciendo ensayos de recolección mecanizada con máquinas similares a las que se emplean en el olivo o el viñedo. Esperamos reducir fuertemente los costes de recolección y poda”, explica el responsable de cítricos de FAECA y añade que en paralelo se ensayan las variedades que mejor se adaptan a las nuevas plantaciones y a lo que exige la industria del zumo. “La variedad reina es la Valencia Late. En Andalucía ha habido dos planes de reconversión varietal y se han agotado con rapidez. Hay que pasar de la Navel o Navelina a otras más interesantes”, afirma.

En FAECA esperan tener resultados en unos dos años y servir de revulsivo de un sector que no atraviesa por sus mejores momentos.

### EL FUTURO ESTÁ EN LA UVA

El de los cítricos no es el único cultivo que trata de adaptarse a las nuevas necesi-

sidades de la industria del zumo. También los viticultores aspiran a colocar su producto en un mercado muy atractivo.

España tiene un potencial de producción de zumo de uva tremendo, asegura Rafael Puyó, secretario general de la Asociación Española Empresarial de Mostos y Zumos de Uva (AEMZU), “en la última campaña, en nuestro país se han elaborado 5,5 millones de hectolitros de mosto y estamos en disposición de doblar esa producción”. Las exportaciones superan los tres millones de hectolitros al año y crecen a ritmos del 30%. Además, se están realizando a unos precios muy atractivos para los productores, “1.000 dólares por tonelada, mejor precio del que estamos obteniendo por el vino a granel”, comenta Puyó.

Los viticultores y las empresas mosteras tienen muchas esperanzas en su consumo como zumo de uva. Así lo ve también desde Asozumos, Óscar Hernández, “el mosto está desaprovechado, tiene muchas posibilidades”. Pero hay un escollo “el código que regula el producto en Europa (Códex para Zumos y Néctares de Frutas) beneficia, por ejemplo, a las importaciones Argentinas, frente al producto que obtenemos de la uva española. Así ocurre con el grado brix. Hay que trabajar en Bruselas para cambiar esas normas”. La uva de Castilla-La Mancha, la principal comunidad productora, sale al mercado con una gran cantidad de azúcares. Rafael Puyó admite que ese zumo dulce y poco ácido resta atractivo al producto.

Pero hay otra opción que viticultores y empresas están explorando. Ir a otro modelo de producción distinto al tradicional. Ya no se trata de elaborar en las bodegas mosto a partir de uva que, en principio, tiene como destino el vino. Ahora se están diseñando plantaciones específicas para la producción de mosto. Fincas altamente mecanizadas, en las que el cultivo se orienta a lograr un zumo más acorde con los gustos del consumidor, gracias a vendimias más tempranas.

Se trata de aprovechar el potencial que tiene nuestro país, en este y en otros cultivos para dar la batalla en el sector de los zumos de Europa. Pero eso sí, ajustando todos los parámetros para aquilatar los costes, única forma de competir en un mercado globalizado. Y, por supuesto, poniendo todo el énfasis, en lo que el presidente de Asozumos, considera el argumento de mayor peso para conquistar esos mercados, “vender calidad”.