

Alhóndigas de El Ejido

Apuesta por la Normalización

Conseguir la normalización de los productos antes y después de la subasta es la clave para mejorar la oferta y la demanda en la comercialización

La Agrupación de Alhóndigas de El Ejido, constituida en Agrupación de Interés Económico (A.I.E.) nace con la finalidad de dar más servicios al agricultor, impulsar la modernización de la agricultura almeriense, lograr que sus productos lleguen más lejos, y por que al estar todos los asociados en el mismo campo la unión hace la fuerza.

Esta Agrupación se encuentra formada por la empresas AGROEJIDO, E.H. FEMAGO, AGROPONIEN-TE y CEHORPA, constituidas en 1976, 1978, 1987 y 1991 aportan a la Asociación la experiencia de 20 años al servicio del campo; la sabiduría y la solvencia de una empresa muy consolidable; innovación y agresividad en todos los mercados; y brillantez, respectivamente, siendo los datos estadísticos correspondiente a la pasada campaña de 350 millones de kilos comercializados de frutas y hortalizas; 35 mil millones de ptas. facturados; la confianza de 4.000 agricultores y más de mil clientes de todo el mundo; y la unión de 900 personas trabajando por un mismo proyecto.

La Normalización, un proyecto hecho realidad

El proceso de normalización de productos hortofrutícolas en origen, es un paso ineludible para alhóndigas y agricultores en su camino hacia un mercado que genere confianza entre los compradores e importadores, aportando un valor añadido a

la producción de la zona.

No se trata de un experimento que debe probar su efectividad, sino de una fórmula probada desde hace muchos años en mercados tan experimentados como el holandés, donde absolutamente toda la mercancía que sale a subasta en cualquier alhóndiga del país ha sido seleccionada y clasificada previamente por los propios productores.

Pero lo que en aquel país es la norma, en las subastas españolas es una novedad que choca con hábitos de algunos agricultores. El engaño, mediante el sistema de encarado de productos, no tiene cabida en esta nueva etapa que se abre. Los buenos cultivadores verán recompensada su labor con creces, porque la calidad de sus productos se pagará mejor que nunca. Por

El proceso de normalización de productos hortofrutícolas en origen es un paso ineludible para alhóndigas y agricultores en su camino hacia un mercado que genere confianza entre los compradores e importadores, aportando un valor añadido a la producción de la zona

el contrario, los productos de baja calidad no van a poder ser enmascarados de ninguna manera, y serán valorados como tales.

La posibilidad de encontrar un cierto grado de rechazo en parte de los agricultores ha retrasado la introducción del sistema en las alhóndigas almeriense, aunque todas las empresas y profesionales del sector entienden que es un paso necesario.

Agroponente ha decidido aceptar el reto de implantar la normalización de productos en sus subastas mediante una fórmula progresiva, incidiendo muy especialmente en la necesidad de que los agricultores y compradores comprendan sin ningún tipo de equívocos los evidentes beneficios que para ellos

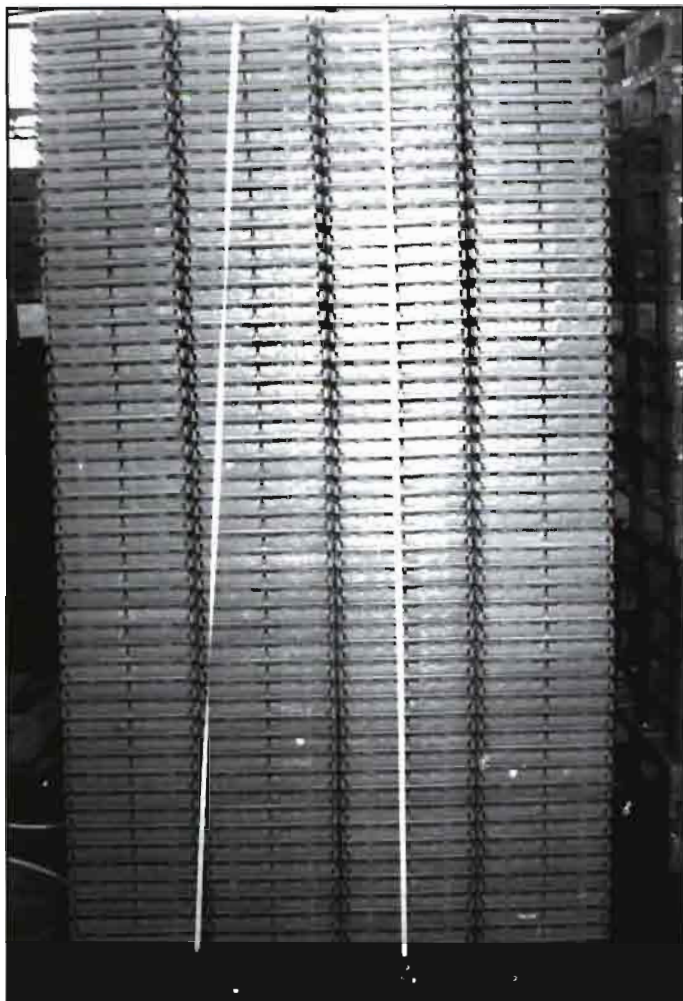
Arriba, envases plegables de fácil manejo para su devolución al lugar de origen, utilizados por Agroponente, S.A.T. Abajo, proceso de normalización en la alhóndiga Agroponente, S.A.



DESDE ALMERIA

Jerónimo González
ING. TEC. AGR.
jgonzalez@ediho.es

DESDE...



representa el nuevo sistema. Para ello, Agroponiente ha editado una carpeta informativa, con material de carácter eminentemente pedagógico, que dejará claro a los dos grupos implicados lo que significará la normalización, como llevarla a cabo y como beneficiarse de las ventajas que aporta. Esta carpeta será distribuida entre los agricultores y empresas compradoras que participan en las subastas de Agroponiente. Pero, siendo de una importancia capital, este material no es suficiente y su éxito dependerá de que se vea complementado por un clima social favorable, que implante a corto plazo un corriente de opinión positiva dentro del sector. Es en este contexto en el que Agroponiente pide el apoyo de los medios de comunicación almerienses a esta iniciativa de progresos para el campo almeriense, abriendo espacios para el debate sobre la normalización en origen y llevando el tema al primer plano de la actualidad dentro del sector hortícola de la provincia.

Antonio José Rodríguez Vela, Gerente de la Agrupación de Alhóndigas de El Ejido A.I.E., quiere manifestar a los lectores de HORTICULTURA que una vez más las alhóndigas que forman esta agrupación, AGROPO-NIENTE, CEHORPA Y FEMAGO, están marcando un hito en la fisonomía de la subasta, un paso más en la complicada misión de mejorar servicios, de apostar por fórmulas más competitivas, y sobre todo obsesionados por creer y apoyar al agricultor del siglo XXI, empresario y gran profesional.

La incorporación novedosa de la figura del técnico agrícola para el asesoramiento al agricultor, añade, es una realidad desde hace algún tiempo en nuestras alhóndigas y momentos habrá de profundizar en las importantes fun-

ciones que desempeña. Quiero destacar de manera especial un hecho único y sin precedentes. Como es conocido por todos, la agrupación de alhóndigas de El Ejido viene actuando como aglutinador de intereses de cuatro empresas inmersas en un gran proyecto; pues bien, un elemento más de ese proyecto de mejora de la calidad en las subastas, es el control de calidad de los productos al objeto de garantizar a cualquier comprador, agente o cadena de distribución que su compra se ajusta a unas normas y requisitos de calibre, recolección, higiene, representación, etc.

Tras resaltar que esta Agrupación trabaja de una forma diferente de tal manera que si la línea prioritaria a seguir está formada por ideas comunes, el trabajo se enriquece por marchar en vanguardia algunas de ellas dentro del sector en temas importantes, Rodríguez Vela explicó como esta Agrupación de Alhóndigas ha consolidado un equipo de técnicos que están realizando con éxito un control de calidad en la comercialización de melón normalizado.

Poner estos productos y en estas condiciones a subastar, supone introducirse de lleno en el futuro inmediato de la comercialización hortofrutícola. Con mucho esfuerzo y mucha fe, estamos en condiciones de ofrecer al cliente el producto que exige; es más, podemos adaptarnos sin grandes dificultades a futuras exigencias del consumidor. De una alhóndiga inamovible, anquilosada, estancada en viejas tradiciones, estamos pasando a convertirnos en empresas de servicios ágiles, dinámicas y modernas.

La normalización en el mercado subasta

Calidad: Es la capacidad de un producto para satisfacer las necesidades de un cliente o consumidor.

Características técnicas

cas: Son las distintas especificaciones de un producto. Cuando se ordenan y se unifican estas características para facilitar los intercambios y además son aceptadas y homologadas, entonces se dice que el producto está normalizado.

Normalizar: es el conjunto de actividades cuya finalidad es que los productos que superan un nivel mínimo de calidad establecido y aceptado se presente al mercado clasificado en distintas categorías, de acuerdo con una valoración previa realizada con factores homogéneos.

Elementos que incluye un producto normalizado: a) Tipos comerciales ; b) Características mínimas; c) Categorías; d) Calibrado; e) Tolerancias; f) Homogeneidad; g) Presentación; h) Etiquetado.

Ventajas de la normalización (a nivel general): a) Permite las economías de escala; b) Incrementa la productividad; c) se fomenta la calidad; d) Aporta transparencia a los intercambios comerciales; e) Impide la llegada al mercado de productos de baja cali-

dad que no reúnen las características prefijadas; f) Mayor cotización en el mercado, ya que al diferenciarse en categorías comerciales el cliente compra seguro; g) Facilita las transacciones comerciales; h) Disminución de litigios entre operadores; y) Permite ofrecer información armonizada para toma de decisiones; j) El consumidor dispone de infor-

La normalización obliga al productor a esforzarse en cultivar calidad, pues tiene la garantía que será recompensado por el mercado

mación del producto. Sus características, selección.

La normalización debe extenderse a toda la cadena comercial desde el origen para facilitar las transacciones comerciales y por tanto, en el caso de las subastas de mercados en origen, la normalización debe hacerse antes de su-

bastar el producto para aprovechar todas las ventajas mencionadas anteriormente.

Quién debe realizar la normalización: Es un debate abierto, habrá que estudiar producto a producto, planteándose dos opciones:

A) Normalización en las propias instalaciones de confección que disponen las subastas cobrando un servicio al productor. Esta opción tiene la ventaja que se gana en homogeneidad, pues los criterios de normalización son los mismos para todas las partidas de los distintos agricultores, pero tiene el inconveniente que el producto pierde atributos como frescura y consistencia al someterlo a un proceso de calibrado por distintas máquinas.

B) Normalización en el campo por el propio agricultor, esta opción tiene la ventaja que el producto sufre menos, pero tiene dos inconvenientes: - 1. se necesita un control de calidad, pues no todos los agricultores interpretan igual las normas de calidad; - 2. el agricultor necesita disponer de explotaciones con dimensiones adecuadas que

permitan la introducción de maquinaria para labores de normalización.

Esta cuestión requerirá un debate entre productores y las subastas.

Ventajas complementarias: a) los clientes al comprar un producto no normalizado no pueden saber el punto de desequilibrio en la relación calidad/precio, pues se necesita contrastar exhaustivamente la calidad buscada, observándose una pérdida de competitividad por aquellos. Con productos normalizados el cliente se siente seguro a la hora de decidir el punto de equilibrio en la relación calidad/precio. La sensación de confianza y seguridad facilita los intercambios si el producto está sujeto a normas no se necesita contrastar la calidad.

b) La normalización obliga al productor a esforzarse en cultivar calidad, pues tiene la garantía que será recompensado por el mercado.

Las alhóndigas deben destinar recursos a mejorar la comercialización desde el lado de la oferta en origen y no sólo desde el de la demanda como ocurre actualmente. Para ello, el elemento clave es la normalización de los productos antes de la subasta (pre-subasta) y no después de la subasta (pos-subasta).

Para que se consiga la Normalización pre-subasta se necesita: Información a los agricultores y clientes; Cursos, seminarios sobre calidad, normalización, conocimientos de mercado, etc.; Disponer de instalaciones adecuadas para dar servicios de normalización a los productores; Disponer de equipos de personal técnico que asesoren a los productores; Controles de calidad previos a la subasta; Las O.P.F.H. en el seno de la subasta pueden desempeñar un papel importante; Coordinación y colaboración entre las subastas para maximizar los recursos invertidos.



Con la normalización en las propias instalaciones de confección se consigue mayor homogeneidad, aunque tiene el inconveniente de que el producto pierde atributos como frescura y consistencia debido a que es sometido a un proceso de calibrado por distintas máquinas.