



La distribución de algunos países ya ha empezado a ofrecer una imagen ecológica en la que se comprometen en la protección del medio ambiente mediante la oferta de diversos productos, entre los que están los hortofrutícolas, garantizando que en su producción se promueve el respeto por la naturaleza con el fin de preservar la calidad de vida de las generaciones futuras



Producción integrada y mercado

Un encuentro entre la producción y la distribución

Las diversas interpretaciones sobre el concepto de Producción Integrada, junto a la globalización del mercado, las legislaciones, los problemas fitosanitarios y las necesidades de cada consumidor están condicionando el futuro del comercio hortofrutícola

Marcelino Arocas Sáez

Ingeniero Técnico Agrícola
Anecoop S.Coop.

Cuando la Organización Internacional para la Lucha Biológica e Integrada (OILB) definió la Producción Integrada como: «un sistema de explotación agraria que produce alimentos y otros productos de alta calidad mediante el uso de recursos naturales y de mecanismos reguladores

para reemplazar los insumos contaminantes y para asegurar una producción agraria sostenible», lo hizo pensando en los beneficios que la implantación de esta técnica podía suponer para el sector productivo, los consumidores y la sociedad en general. Por ello, cada uno de los sectores receptores del mensaje ha interpretado la Producción Integrada amoldándola a sus intereses.

Todas estas interpretaciones, junto a la globalización del

mercado, la legislación vigente en cada uno de los países, los distintos problemas fitosanitarios de cada zona de producción, las diferentes necesidades de los consumidores y otros muchos factores que intervienen en las relaciones comerciales, están condicionando el futuro del comercio hortofrutícola.

En los últimos 20 años ha aparecido una conciencia ecológica en la sociedad, y la mayoría de los europeos están de acuerdo en que proteger el medio ambiente y preservar los recursos naturales son condiciones indispensables para garantizar el desarrollo económico

Qué piden los consumidores de las frutas y hortalizas

La internacionalización del mercado y los avances tecnológicos nos hacen hablar del consumo de frutas y hortalizas desde un punto de vista global.

El consumo mundial de frutas y hortalizas frescas aumenta pero a un ritmo inferior al de producción. Ello conlleva un riesgo de excedentes a escala mundial, que afecta más a las frutas. Ante esta situación, los mercados solventes como el europeo (al cual España destina el 90 % de sus exportaciones), serán objeto de especial atención por todos los exportadores. Este mercado presenta un poder de compra elevado y unos precios atractivos que los han convertido en el mayor importador mundial de frutas y hortalizas.

En los últimos 20 años ha aparecido una conciencia ecológica en la sociedad, y la mayoría de los europeos están de acuerdo en que proteger el medio ambiente y preservar los recursos naturales son condiciones indis-

pensables para garantizar el desarrollo económico. Si consideramos la opinión de los españoles por separado, en general consideran que la contaminación y el medio ambiente son un problema urgente e inmediato y están muy preocupados por el agotamiento de los recursos naturales.

La distribución de algunos países ya ha empezado a ofrecer una imagen ecológica en la que se comprometen en la protección del medio ambiente mediante la oferta de diversos productos, entre los que están los hortofrutícolas, garantizando que en su producción se promueve el respeto por la naturaleza con el fin

que consuman tengan un mejor sabor.

- la ausencia de tratamientos o de residuos de pesticidas en las frutas y hortalizas.

- que con el proceso de producción se colabore en proteger el medio ambiente y preservar los recursos naturales.

- se están pidiendo productos con una buena imagen ecológica.

- se pretende por parte de la sociedad que la producción promueva el respeto por la naturaleza con el fin de preservar la calidad de vida de las generaciones futuras.

Por todo lo anterior, hay

más numerosos y gigantescos. Como consecuencia, la gran distribución es la que domina el mercado.

En el mercado detallista, pueden distinguirse dos enfoques de negocio diferentes, por un lado, los que tienen como característica principal la orientación al marketing (surtido, nuevos productos, productos frescos,...) siendo su actitud en relación a los proveedores de estrecha colaboración, y por otro lado los que tienen como característica fundamental la orientación a la compra (enfoque del volumen y al precio de compra) siendo su relación con los proveedores de competencia vertical.



Los detallistas, para mejorar su posición competitiva en el mercado, se pueden basar en la diferenciación, la innovación y la optimización del valor de su cuota de mercado. Para conseguir la diferenciación, estos detallistas pueden optar para obtenerla por la relación precios/costes, la relación calidad/servicio y/o la identificación del detallista con el estilo de vida del consumidor

de preservar la calidad de vida de las generaciones futuras.

Como resumen y destacando las ideas más importantes, los consumidores están exigiendo:

- que las frutas y hortalizas

que contar con los cambios cualitativos en el consumo de frutas y hortalizas que llevan a modificar las variedades demandadas, la forma de consumirlos, y las cualidades solicitadas, que se deben a factores de tipo funcional y simbólico, para ir adaptando nuestras producciones.

Estrategia de los detallistas

No se descubre nada cuando decimos que cada día un número superior de consumidores afluye a un número cada día menor de puntos de venta, con superficies continuamente agrandadas, en centros comerciales

Por parte de la sociedad, se pretende que la producción promueva el respeto por la naturaleza con el fin de preservar la calidad de vida de las generaciones futuras

Para mejorar su posición competitiva en el mercado, los detallistas se pueden basar en la diferenciación, la innovación y la optimización del valor de su cuota de mercado.

Para conseguir la diferenciación, los detallistas, pueden optar para obtenerla por la relación precios / costes, la relación calidad / servicio y/o la identificación del detallista con el estilo de vida del consumidor.

La industria alimentaria

Frente a los retos que los consumidores y la distribución moderna están planteando, los proveedores deben reaccionar para mantener y mejorar su posición en el mercado. Entre otras decisiones a tomar para un futuro con éxito, están las siguientes:

- ir mucho más lejos en la productividad global y en el servicio al cliente.

- optar por la diferenciación del producto y encontrar nuevos segmentos de mercado.

Otros factores fundamentales a tener en cuenta de cara a la venta de nuestros productos, son los conocimientos nutricionales y el alto valor que la sociedad actual da a la salud.

No hay que olvidar que se están produciendo variaciones en la demanda que favorecen la entrada de productos sustitutos como los derivados lácteos. Por otro lado existe poca diferenciación en el mercado, no se han potenciado las marcas propias, no se hace la promoción necesaria y se colabora poco con los distribuidores.

El factor fundamental sobre

El consumo mundial de frutas y hortalizas frescas aumenta pero a un ritmo inferior al de producción.

Ello conlleva un riesgo de excedentes a escala mundial, que afecta más a las frutas. Ante esta situación, mercados solventes como el europeo (al cual España destina el 90 % de sus exportaciones), serán objeto de especial atención exportadora

el que gira la competitividad de las empresas es la mejor organización productiva y comercial, orientación al mercado y diferenciación del producto, potenciación de la marca y destacar los atributos naturales y saludables.

La administración pública

El hecho de que un análisis de residuos de plaguicidas en el momento de la recolección, sea la única comprobación, no debería ser un obstáculo para la puesta en marcha de una auténtica Producción Integrada, pero los problemas empiezan cuando se aplica la legislación

de cada país en cuanto al Límite Máximo de Residuos que se permite.

Todos sabemos que cada país tiene su propia legislación en cuanto a la autorización de la utilización de productos plaguicidas y a la presencia de residuos de estos en los alimentos. Esta circunstancia provoca que la cantidad de residuos en los alimentos autorizados en un país determinado, puede que no esté autorizado en otro país, con lo que las frutas y hortalizas pueden ser aptas para el consumo en España, y ser rechazadas en Italia, o en Bélgica, o en USA.

Junto al problema anterior,

la armonización de las legislaciones a nivel internacional,

Utilizando productos con plazos de seguridad cortos o productos cuyos métodos analíticos no se han puesto al punto para tender a residuo cero, con lo que se cumple con el trámite de los análisis de residuos,

Hacer una Producción Integrada para cada país de destino, con lo que resultaría poco operativo por motivos obvios.

Consecuencias

Tal y como se ha expuesto, existen dos formas de entender la Producción Integrada:

Racionalización y optimiza-



se un el hecho de que cada país e incluso cada región está realizando su propia legislación en cuanto a la Producción Integrada, lo cual presenta una ventaja de adaptación a la zona de producción, pero también presenta un importante inconveniente en cuanto a la dificultad de ofrecer una oferta global a los clientes con fruta de distintas zonas para alargar al máximo las campañas, dando respuesta a la exigencia de servicio por parte de la distribución.

Esta circunstancia se puede solucionar por tres vías:

Una institucional, mediante

Cada día un número superior de consumidores afluye a un número cada día menor de puntos de venta, con superficies continuamente agrandadas, en centros comerciales más numerosos y gigantescos. Como consecuencia, la gran distribución es la que domina el mercado

ción de los recursos disponibles para hacer una agricultura sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

Encaminar las técnicas agrarias a la consecución de unos productos en los que no se detecten residuos.

Las características de optar



Frente a los retos que los consumidores y la distribución moderna están planteando, los proveedores deben reaccionar para mantener y mejorar su posición en el mercado. Entre otras decisiones a tomar para un futuro con éxito, está el ir mucho más lejos en la productividad global y en el servicio al cliente, y optar por la diferenciación del producto y encontrar nuevos segmentos de mercado. Las ferias son un buen vehículo de comunicación



por la primera opción de entender la Producción Integrada, son:

- racionalización de la producción,
- integración en la ecología agraria y mejora del medio ambiente
- mejora del cultivo y consecuentemente mejora del sabor y sanidad del producto obtenido
- adaptación de la calidad a un concepto de sanidad, sabor y natural, dando menos importancia a la estética de la producción
- se definen las normas de cultivo antes de la producción, y funcionan como marco de actuación
- existe la posibilidad de diferenciar el producto, que está muy bien definido en las normas de cultivo
- no es importante la realización de análisis de residuos, pues, como en agricultura ecológica, cumpliendo los programas establecidos no hay problemas
- el control se realiza mediante la comprobación de las fichas de cultivo, que se deben adaptar a la normativa,

Las características de optar por la segunda opción de entender la Producción Integrada, son:

- no es importante la racionalización del cultivo, sino la elección de un plaguicida que no

tenga problemas de residuos

- la utilización de los plaguicidas dependen de criterios legales, no de producción
- la distribución impone su criterio sin tener en cuenta los problemas del agricultor
- sólo es importante el resultado del análisis
- se olvidan valores importantes de la Producción Integrada como el sabor, la frescura, la naturalidad, el respeto por el medio ambiente
- no existe una diferenciación real del producto

Como bien sabemos, la distribución es la que en estos momentos tiene el mayor peso dentro de la cadena alimentaria, con lo que va a depender mucho de ella que la producción opte por uno de los dos caminos para obtener «Producción Integrada».

Conclusión

Después de todo lo que se ha expuesto, puede haber una idea de que la producción Integrada es un fin inalcanzable, pero hay que romper una lanza en favor de los agricultores. Muchos han empezado a practicar una agricultura más racional, y desde el punto de vista de los residuos de plaguicidas, cada vez son menos los problemas para cumplir con la legislación.

Esto quiere decir que ya estamos preparados para servir productos que cumplan la legislación en cuanto a Límite Máximo de Residuos, e incluso a garantizar una gran parte con residuo cero.

Por otra parte el agricultor está cambiando sus hábitos, y está pasando de los tratamientos indiscriminados y por calendario, a los tratamientos controlados. Por lo tanto está empezando a racionalizar los tratamientos. Un número menor de agricultores, también han empezado a controlar el abonado, labores de cultivo, el mantenimiento y mejora del suelo, etc.

Si todo ello lo podemos controlar, mediante los cuadernos de cultivo, y orientamos todas las operaciones hacia las normas de producción, ya estamos haciendo una Producción Integrada completa.

Por lo tanto si desde la distribución se considera que la Producción Integrada es un producto sin residuos, ya podemos estar en el mercado, aunque el objetivo sea algo más importante.