



Un caso para fresa

Modelo para un mercado hortofrutícola de subasta en Huelva

Un estudio que establece las bases de puesta en marcha en Huelva de un Sistema Avanzado de Telecomunicación que permita la comercialización, a través de un sistema automatizado de Subasta en Origen, de los productos hortofrutícolas de la región

La fresa constituye el capítulo más importante de la producción agrícola de Huelva (más del 50% del valor de la producción) y una fracción muy elevada de la producción total agraria (en torno al 40%). Los cítricos, por su parte, superan ya el 10% de la producción agrícola y la previsión para los próximos años es de un rápido incremento de este porcentaje.

Si, en el caso de naranjas y mandarinas, sus cifras de producción no son aún muy significativas en el conjunto nacional, en Huelva, por el contrario, se cultiva la gran mayoría de las fresas españolas, lo que supone que en buena parte de la campaña su presencia domina de forma clara los mercados europeos.

Sistemas actuales de comercialización

El espectacular desarrollo productivo de los dos representantes estelares del sector hortofrutícola onubense, que ha tenido lugar fundamentalmente a lo largo de la última década, no ha ido acompañado de un paralelo desarrollo de sus estructuras de comercialización. Todavía la mayor parte de los cítricos se comercializan mediante la "venta en árbol", existiendo un considerable déficit en las instalaciones de clasificación y envasado, que se empieza a paliar en las últimas campañas. La comercialización de las fresas de Huelva se efectúa hoy en su gran mayoría por el sistema de ventas a consignación, el cual presenta las siguientes características:

El control de calidad, clave también del sistema de subasta (foto Corp. CASI)

- La formación de precios tiene lugar en los mercados de destino.
- Las entidades de comercialización en origen, remitentes de fresa, permanecen al margen del proceso de formación de precios.
 - Se favorecen las oscilaciones de la oferta, lo que eventualmente provoca situaciones de sobreabastecimiento o subabastecimiento en determinados mercados.
 - El carácter cerrado del sistema dificulta el acceso directo a la adquisición de fresas en origen a un gran número de mayoristas de destino.
 - Se agudiza el efecto de caídas en los precios en los momentos en que se produce un exceso de oferta.

Hacia un nuevo modelo

Ante esta situación parece conveniente analizar la posibilidad de completar los sistemas actuales de comercialización con uno nuevo, que reúna las siguientes condiciones:

- Formación de precios en origen.
- Mayores oportunidades para los cosecheros y exportadores de Huelva de reaccionar ante las oscilaciones de la demanda y de prevenir las consecuencias negativas del exceso de oferta.
- Existencia de un mercado más abierto, que permita el acceso de un número mayor de demandantes.

Dicho sistema, en coexistencia con los actuales, ejercería con ellos una serie de interacciones y haría posible el aprovechamiento de forma óptima de sus respectivas ventajas, según las circunstancias variables del mercado.

Teniendo en cuenta las experiencias de otras regiones productoras, se considera que el sistema de subastas a la baja de productos hortofrutícolas, debidamente regulado, reúne las condiciones anteriormente enunciadas y puede estar especialmente indicado para las circunstancias específicas de la fresa de Huelva, pudiendo hacerse también extensible a los cítricos y a otras frutas y hortalizas de la región.

Para analizar la viabilidad de un mercado de subasta en origen para el sector hortofrutícola onubense, la Caja Rural de Huelva, acompañada de la

consultora C. Sigma, ha realizado un estudio en el marco del programa europeo ARTE/PYME para el fomento del uso de Servicios Avanzados de Telecomunicaciones y por parte de las Pymes. En la elaboración de dicho estudio han tenido una participación fundamental los productores-exportadores de fresas de Huelva, una muestra muy significativa de los cuales ha respondido a un amplio cuestionario, lo que ha servido de base para el diseño del nuevo canal de comercialización

Objetivos del estudio

El objetivo del proyecto ha consistido en el estudio de necesidades y alternativas, análisis de viabilidad y potencial planificación de las actividades y recursos necesarios para el desarrollo y puesta en marcha de un Sistema Avanzado de Telecomunicación que permita la comercialización, a través de un sistema automatizado de Subasta en Origen, de los productos hortofrutícolas de la región. Dicho sistema, en coexistencia con los sistemas de comercialización actualmente empleados, interactuaría con ellos para superar las carencias y deficiencias detectadas, con la finalidad global de redundar en beneficio del tejido productor y comercializador de la zona, mejorando al mismo tiempo la eficacia del sistema actual de distribución de los frutos en el mercado europeo.

Dado el impacto, cuantitativo y cualitativo, y el reflejo socioeconómico

La cooperativa almeriense CASI, un destacado ejemplo de subasta hortícola, especializada en tomates

co del sector hortofrutícola en la economía provincial, en particular del cultivo y producción de la fresa, es preciso plantearse una modificación favorable del actual sistema de comercialización de los productos, encaminada a que el sector productor mantenga el mayor control posible sobre la oferta de su propia producción, con la necesaria flexibilidad para adaptarse, rápida y favorablemente, a las características cambiantes de los mercados consumidores. Tomando como referencia el caso de otros productores hortícolas en diversas zonas de Europa, en particular Francia y Holanda, que han experimentado grandes beneficios con la puesta en marcha de sistemas tecnológicamente avanzados, merece ser estudiada la modalidad de ventas en origen por el sistema de subastas y su posible adaptación al entorno de la zona. En cualquier caso, esta fórmula deberá ser, en su inicio, complementaria y no sustitutiva de los procedimientos actuales de ventas a consignación, aportando elementos de mejora y corrección para el conjunto del sistema comercializador global.

Ventajas del sistema

Algunas ventajas adicionales que tendría la implantación del sistema, en especial a través de la aplicación de las Tecnologías de la Informática y las Comunicaciones a este entorno, son:

- Concentrar oferta y demanda.
- Poner a disposición de los usuarios del sistema información fiable y actualizada sobre precios en origen y destino de los productos y cantidades transaccionadas.

● Minimizar la necesidad de manipulación y transporte de los productos algunos de los cuales, como en el caso de la fresa, son extraordinariamente perecederos.

● Facilitar estrictos controles de calidad de los productos en su origen.

● Crear y promover una "imagen de marcha" o label de origen.

● Permitir el establecimiento de sistema de promoción y marketing que faciliten la penetración y expansión del producto en el mercado.

● Crear servicios especializados en la investigación y el desarrollo del mercado hortofrutícola onubense, tanto bajo desde el punto de vista del desarrollo y diversificación del mercado

Dado el impacto y el reflejo socioeconómico del sector hortofrutícola en la economía onubense es preciso plantearse una modificación favorable del actual sistema de comercialización de los productos

como tal, como del análisis de nuevas técnicas y variedades de productos.

● Establecer nuevas fuentes de riqueza y negocio para el sector, como por ejemplo la oferta de exceso de capacidad frigorífica de almacenamiento fuera de campaña o la promoción de industria auxiliar.





Arriba, el grupo de compradores en el momento de la subasta. A la derecha, el "reloj" en un veiling holandés de flores.



- Servir de plataforma para la diversificación de la producción hortofrutícola de la zona, actualmente polarizada en tan solo dos productos –fresa y naranja–, así como hacer posible la puesta en marcha de nuevas aplicaciones y servicios para los productores.

Resumen de resultados

Los resultados del estudio efectuado pueden resumirse en los siguientes puntos:

- En el entorno presente de comercialización de la fresa de Huelva, realizada mayoritariamente a través de venta a consignación, es conveniente incorporar al sistema empleado un canal complementario de comercialización por subasta en origen.

El espectacular desarrollo productivo de los dos representantes estelares del sector hortofrutícola onubense no ha ido acompañado de un paralelo desarrollo de sus estructuras de comercialización

- El nuevo canal de comercialización actuaría como complemento de los que existen actualmente, canalizando desde sus inicios un volumen suficientemente significativo de la producción, y facilitaría el establecimiento de un precio de referencia en origen para el producto, además de producir un efecto de apertura del mercado a nuevos operadores del sector de la distribución.

- La sociedad explotadora y gestora del Mercado debe estar promovida

y constituida, fundamentalmente, por el propio sector comercializador en origen, con la posibilidad de participaciones minoritarias, en su caso, de otras entidades de carácter público o privado.

- Las entidades promotoras comercializadoras de los productos se comprometerían a aportar al nuevo canal un porcentaje mínimo preestablecido de su producción, a lo largo de la campaña. Existiría, simultáneamente, la posibilidad de aportación de producto por parte de las entidades comercializadoras concertadas, aunque no fuesen partícipes del capital de la sociedad, a los que se les exigiría un similar nivel de compromiso de aportación mínima de mercancía.

- El sistema de venta será el de subasta a la baja por partidas, con unos mínimos de tonelaje, ofertadas por las empresas promotoras y concertadas, a través de un sistema avanzado teleinformático, llevando cada lote la identificación individual de su origen. Los lotes con identificación de origen podrían coexistir con partidas globalizadas.

- La ubicación del Centro de Comercialización será preferentemente en el área metropolitana de Huelva, dada su equidistancia de las distintas zonas productoras y la facilidad de servicios.

- La mercancía se encontrará depositada en almacenes concertados, repartidos por las diversas zonas de producción.

- Los compradores deberán ser personas físicas o jurídicas previamente reconocidas o certificadas por el Mercado en Origen y podrán encontrarse físicamente presentes en la sala de subasta o acceder remotamente a ella, a través de las facilidades del sistema teleinformático de subasta.

- Las entidades ofertantes de producto, que seguirán disponiendo de sus equipos de comercialización directa, podrán ser a su vez demandantes del Mercado en Origen, en las mismas condiciones que el resto de los compradores.

- La tipificación y control de calidad de la mercancía subastada será realizada por las propias entidades ofertantes, existiendo un segundo nivel de inspección y control por parte del Mercado en Origen, que dispondrá de facultades sancionadoras. Podrán contemplarse niveles superiores de control de inspección, a cargo de instituciones externas al propio Mercado, que podrían tener carácter oficial.

- El Centro de Subasta facilitará a sus usuarios diversos servicios de valor añadido, de tipo administrativo, informativo, promocional, logístico y de investigación y desarrollo.

- La sociedad gestora podrá realizar, a través de sus propios recursos organizativos, gestiones de tipo comercial.

Jaime de Vicente Núñez

Ingeniero Agrónomo