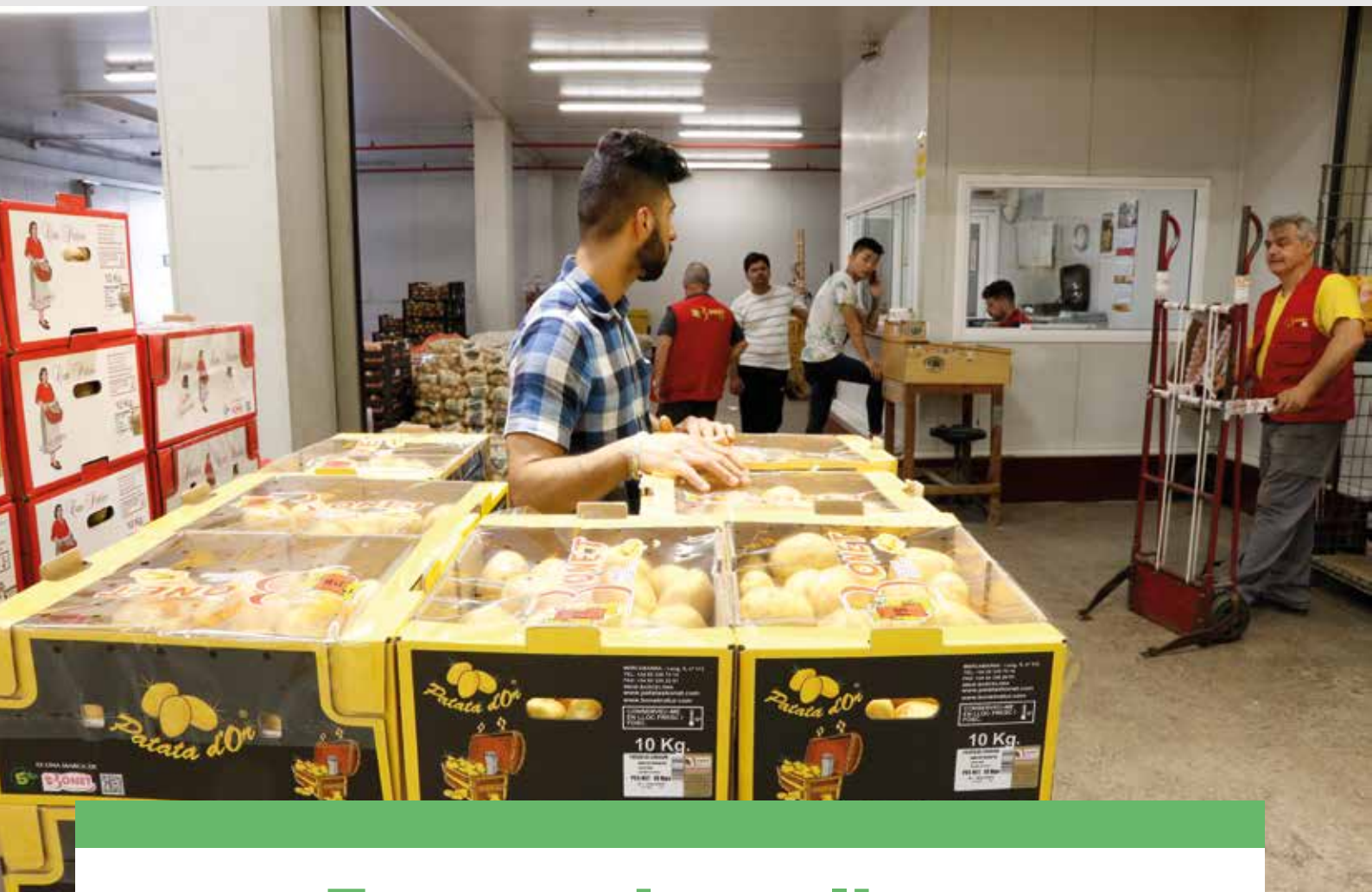




Frutas y hortalizas: Cómo mantener el liderazgo en una coyuntura cada vez más compleja

✦ Jose María Pozancos
Director de FEPEX

✦ Begoña Jiménez
Responsable de Comunicación de FEPEX

Resumen: La exportación española de frutas y hortalizas frescas en 2021 se situó en 15.680 millones de euros, un 7% más que el año anterior y en 2022, con datos oficiales del primer trimestre, el valor ha aumentado un 5% totalizando 4.888 millones de euros. Evolución positiva de un sector consolidado, histórico dentro de la realidad productiva y económica de nuestro país, con vocación de permanencia y liderazgo. Pero para ello es preciso la adaptación a un entorno cambiante y cada vez complejo, con grandes retos externos, entre los que figuran la globalización asimétrica del mercado comunitario, la transición verde o las consecuencias indirectas de la guerra de Ucrania, así como retos internos, destacando el incremento de costes y la hiperregulación.

Palabras clave: frutas, hortalizas, exportaciones, importaciones, competitividad.

La producción española de frutas y hortalizas frescas se sitúa en torno a los 27 millones de toneladas, y aproximadamente 2/3 de la facturación se realiza en los mercados exteriores, por lo tanto, el sector español, en su estructura y dimensión actual, no se puede entender sin su orientación exportadora, sin la dimensión exterior.

En esa línea, en 2022 y con datos del primer trimestre la exportación española de frutas y hortalizas frescas creció un 5% respecto al mismo periodo del año anterior, totalizando 4.888 millones de euros. Pero el dinamismo exportador del sector se percibe mejor con datos completos de 2021, año en el que las ventas españolas al exterior reflejaron un crecimiento interanual del 2,6% en volumen y del 7,4% en valor, totalizando 13,4 millones de toneladas y 15.680 millones de euros respectivamente, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.

La exportación de hortalizas en 2021 aumentó, respecto a 2020, un 1,6% en volumen, totalizando 5,7 millones de toneladas y un 9% en valor, totalizando 6.576 millones de euros, siendo el pimiento la hortaliza más vendida al exterior, con 853.582 toneladas (+1%) y 1.270 millones de euros (+9,5%), seguido de la lechuga, con 811.703 toneladas (+6%) y 827 millones de euros (+18%), reforzándose la importancia de estos dos productos en la producción hortofrutícola nacional, frente al retroceso del tomate, con un 6% menos exportado en 2021, totalizando 662.497 toneladas, aunque en valor creció un 4%, con 976 millones de euros.

La exportación de frutas creció un 3% en volumen y un 6% en valor, totalizando 7,6 millones de toneladas y 9.104 millones de euros, destacando el crecimiento de la fresa con 721 millones de euros (+23%) o la fruta de hueso, con melocotón y nectarina a la cabeza y unas exportaciones de 442 millones de euros (+11%) y 490 millones de euros (+9%) respectivamente. Por el contrario, se retraen las ventas de manzana en un 8%, situándose en 90 millones de euros.

Por comunidades autónomas, Andalucía se mantiene como primera exportadora, con 4,5 millones de toneladas, un 1% más que el año anterior, por un valor de 6.052 millones de euros (+7%), seguida de la Comunidad Valenciana, con 3,9 millones de toneladas (+1%) y 4.253 millones de euros (+7%), Murcia, con 2,7 millones de toneladas (+5%) y 2.992 millones de euros (+5%) y Cataluña, con 1 millón de toneladas (+5%) y 1.120 millones de euros (+13%).

En cuanto a los destinos, el 94% de la exportación española se dirigió a la UE de 27 más Reino Unido. Lo enviado a la UE ascendió a 11,1 millones de toneladas (+4%) y 12.534 millones de euros (+8%) mientras que a Reino Unido se redujo ligeramente el volumen, un 2%, totalizando 1,5 millones de toneladas y creció un 11% en valor con 2.104 millones de euros. Fuera de Europa, la exportación cayó un 10% en volumen, totalizando 439.798 toneladas y 520 millones de euros (-9%).

El comportamiento del conjunto la exportación en 2021 refleja, para FEPEX, la trascendencia y dependencia que el sector hortofrutícola tiene del mercado comunitario, que sigue sosteniendo las ventas. Refleja, también, que la diversidad de producciones es una de las principales fortalezas, permitiendo compensar, a nivel global, el retroceso de productos muy significativos de la producción nacional, como el tomate, gravemente perjudicado por la fuerte competencia de países terceros.

LAS IMPORTACIONES TAMBIÉN CRECEN

La importación hortofrutícola en 2021 mantuvo la tendencia al alza de años anteriores, con un crecimiento interanual del 5,5% en volumen y del 4,5% en valor, ascendiendo a 3,6 millones de toneladas y 3.258 millones de euros. La importación de hortalizas fue de 1,5 millones de toneladas (+1%) y 887 millones de euros (-1%) y la de frutas fue de 2 millones de toneladas (+9%) y 2.372 millones de euros (+6,7%).

Al sector representado en FEPEX le preocupa el crecimiento de las importaciones en España y en el mercado comunitario. La importación comunitaria de frutas y hortalizas frescas procedentes de países terceros, en 2021 se ha situado en 14,8 millones de toneladas, por un valor de 15.394 millones de euros.

Los datos de Eurostat muestran un incremento continuado de las importaciones, impulsado por una política comercial que favorece la apertura del mercado comunitario a producciones de países terceros, sin que el sector comunitario sea compensado por la apertura del mercado de otros países que puedan representar oportunidades reales

El crecimiento es del 4% en volumen y del 2% en valor respecto al año anterior. Si comparamos los últimos seis años, desde 2016 a 2021, la subida ha sido del 23% en volumen y del 26% en valor.

Por el contrario, las ventas comunitarias a países terceros se mueven en volúmenes mucho más pequeños y están en retroceso. En 2021 se situaron en 5,4 millones de toneladas, un 4% menos que en 2020 y un 17% menos que en los últimos seis años. Y el valor ascendió a 5.016 millones de euros, un 2% menos que el año anterior y un 3% más que hace seis años.

Los datos de Eurostat muestran un incremento continuado de las importaciones, impulsado por una política comercial que favorece la apertura del mercado comunitario a producciones de países terceros, sin que el sector comunitario sea compensado por la apertura del mercado de otros países que puedan representar oportunidades reales.

UNA LIBERALIZACIÓN CONTINUA DEL MERCADO COMUNITARIO

Bruselas apuesta por una liberalización continua, en favor de productos industriales, y en el ámbito alimentario el sector hortofrutícola es uno de los damnificados. Se reconoce esta situación desde hace tiempo, por ejemplo, en el “Informe de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de Regiones sobre la aplicación de los Acuerdos de Libre Comercio, entre el 1 de enero de 2019 y el 31 de diciembre de 2019”, donde se exponía que los productos industriales representaron el 92% de las exportaciones de la UE y el 91% de las importaciones.

En cuanto al sector agroalimentario, las exportaciones europeas de productos agroalimentarios a los países analizados crecieron un 8,7% en 2019. Los sectores que más crecieron fueron las bebidas, con un 8,6% más y los cereales. Las importaciones agroalimentarias también aumentaron un 8,3 % y los principales productos importados fueron frutas y frutos comestibles (+3,9 %) y preparaciones de cacao (+6,5 %).

El informe contenía información actualizada sobre 36 de los principales acuerdos comerciales de la UE con 65 socios comerciales, entre los que se encuentran países de Europa (Suiza, Noruega y Turquía), países mediterráneos y de Oriente Medio (Argelia, Egipto, Líbano, Jordania, Marruecos, Túnez, Palestina e Israel), los países del Este y de los Balcanes Occidentales; en Asia: Japón y Singapur; en América: Canadá, Colombia, Perú, Centroamérica, Chile y México, y los Países ACP (África, Caribe y Pacífico).



Se constatan, según FEPEX, las escasas oportunidades que ofrecen gran parte de los acuerdos comerciales de la UE con países terceros para las exportaciones de frutas y hortalizas europeas.

Por otro lado, la ausencia de reciprocidad en el cumplimiento de los estándares agronómicos, medioambientales y sociales exigidos a los productores europeos perjudica al sector comunitario. En esta línea, se debería profundizar en que las “clausulas espejo”, que son uno de los temas que Francia se marcó como prioritario al inicio de su presidencia de la UE en enero de este año, no se queden en un “espejismo” y se avance, con rigor e intención, en la equiparación de las exigencias entre países comunitarios y terceros.

Finalmente, en el marco comunitario nos encontramos, además, que el sector debe hacer frente a los circuitos cortos y a la preferencia nacional, porque debilitan el mercado único y perjudican a países eminentemente exportadores como España, donde, además, la política de la preferencia nacional no está tan arraigada.

INCREMENTO DE COSTES Y GUERRA DE UCRANIA

Otro de los retos es el fuerte incremento de los costes de producción, en línea con lo que ha ocurrido en todos los sectores económicos. Se ha producido en todos los insumos necesarios para la producción y comercialización hortofrutícola, destacando el precio de la energía, con un inasumible 134% más respecto al año pasado, los fertilizantes (+48%) y los plásticos agrícolas (+30%). Pero también se han producido fuertes aumentos en insumos con un gran peso ponderado en los costes totales de la producción en origen, como los envases y embalajes (+ 30%), la mano de obra (+ 10%) o el agua de riego (+30%), con datos de abril.

La situación, además, se ha agravado con la guerra de Ucrania. Además de la inestabilidad generada, se observa una situación de sobre-oferta de algunos

Zespri™ SunGold™, la variedad más exclusiva y deliciosamente dulce de kiwis Zespri

La marca de kiwis Zespri™ se ha convertido en una referencia internacional de calidad y sabor dentro del mercado de la fruta fresca. Con su presencia en más de 60 países, un riguroso proceso de cultivo y años de investigación con métodos naturales, Zespri™ trabaja para que los consumidores de todo el mundo puedan cuidarse y a su vez, disfrutar con el delicioso sabor de sus kiwis.

Sin duda, el máximo exponente que refleja estos atributos podemos encontrarlo en su variedad más exclusiva: el kiwi Zespri™ SunGold™. Con su característica forma ovalada, suavidad en la piel y su interior dorado y deliciosamente dulce, no deja indiferente a nadie y se ha convertido en el desayuno perfecto para decenas de hogares.

Sin embargo, esta fruta no se limita a ser deliciosa. El kiwi Zespri™ SunGold™ es rico en vitamina C. De hecho, aporta la cantidad de 161 mg por cada 100 gr. Estas cifras indican, por tanto, que con una sola pieza de esta fruta ya se cubrirían el 100% de las necesidades diarias de dicha vitamina que nuestro cuerpo necesita. ¿Sus efectos? Menos cansancio, un mejor estado de ánimo y, por supuesto, el apoyo a nuestro sistema inmune, que en este caso van de la mano del puro disfrute del mejor sabor del mercado.

Desde inicios del mes de mayo, el kiwi Zespri™ SunGold™ vuelve a estar ampliamente disponible para que los consumidores puedan volver a deleitarse con su sabor, ya sea de la manera más tradicional, partiéndolo por la mitad y comiéndolo con cuchara; o como ingrediente para un gran número de platos como, por ejemplo, saludables y completas recetas de desayuno para empezar el día con los nutrientes que tu cuerpo necesita.

Con la intención de que nadie deje pasar su oportunidad de endulzar su día con sus kiwis, Zespri™ presenta y propone un ambicioso plan de medios multicanal, numerosas acciones de degustación en puntos de venta tanto tradicionales como modernos y una vuelta a las acciones en el mercado mayorista vinculadas a su Club de Fruteros Zespri™, buscando seguir trabajando mano a mano con estos profesionales, embajadores clave para la marca y siempre de la mano con ella.



IRRESISTIBLE SABOR, *máxima calidad*

Un **sabor irresistible y la más alta calidad** se combinan, para deleite de nuestros paladares, en el kiwi Zespri™ SunGold™. **Dorados, dulces y jugosos**, esta variedad de kiwis de Zespri™ no te dejará indiferente.



Descubre más en [ZESPRI.COM](https://www.zespri.com)

Síguenos en:    



Es preciso mencionar la importancia de la feria FRUIT ATTRACTION, que ha contribuido a mostrar las fortalezas del sector de frutas y hortalizas español. Organizada por IFEMA y FEPEX, celebra su edición número 14 del 4 al 6 de octubre de 2022, y las perspectivas son muy favorables, habiéndose convertido en el principal instrumento de promoción del sector, además de un foro de encuentro para toda la industria hortofrutícola

productos en los mercados comunitarios. España no exporta a Rusia desde 2014, como consecuencia del veto ruso a las importaciones comunitarias de frutas y hortalizas y otros alimentos. Y a Ucrania sólo se exportaron 10.496 toneladas en 2021, por un valor de 8,9 millones de euros, lo que representa el 0,07% del volumen total exportado y el 0,05% del valor.

No obstante, las frutas y hortalizas extracomunitarias que tenían destino el mercado ruso o ucraniano se están desviando al mercado comunitario, presionando más los precios. Rusia importó más de 5,5 millones de frutas en 2021 y buena parte de este volumen exportado principalmente por Marruecos, Turquía o Egipto podría acabar en el viejo continente.

La invasión rusa de Ucrania ha puesto en evidencia, además, el déficit de la UE en materias primas agrícolas esenciales. La falta de soberanía alimentaria no es extensible al sector de frutas y hortalizas y es momento de ponerlo en valor. El sector español es un suministrador fiable y experimentado de alimentos, que produce y exporta en el marco comunitario y con inputs comunitarios en su mayoría, como diferenciación frente a sectores productivos altamente dependiente de países terceros.

HIPERREGULACIÓN

En el ámbito nacional, nos encontramos con un escenario marcado por la hiperregulación que afecta a la actividad productiva y comercial. La reforma de la Ley 12/2013 de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, que entró en vigor el pasado 16 de diciembre, sigue creando una gran incertidumbre entre todos los operadores y se plantean muchos problemas de aplicación por la volatilidad de los precios y los mercados, así como por sus implicaciones en las relaciones comerciales con otros países, ya sean comunitarios o terceros, puesto que la competencia exterior es determinante para un sector como el hortofrutícola que exporta en torno al 60% de la producción nacional.

También preocupan las nuevas normativas medioambientales. El Real Decreto sobre envases y residuos de envases, cuya publicación está prevista para el segundo semestre de este año, incluye nuevas exigencias para la comercialización de frutas y hortalizas, en especial en los comercios minoristas, ya que se exigirá presentar las frutas y verduras frescas sin utilizar envase de plástico para cantidades inferiores a 1,5 kilogramos.

Respecto a la política laboral, el “Real Decreto-ley 32/2021, de 28 de diciembre, de medidas urgentes para la reforma laboral, la garantía de la estabilidad en el empleo y la transformación del mercado de trabajo” afecta de lleno al sector hortofrutícola, porque implica grandes cambios en la contratación temporal, que es la más habitual en dicho sector, consecuencia de su idiosincrasia y de la estacionalidad de las campañas. Cambios, que, según FEPEX, no han tenido en cuenta las características propias del sector de frutas y hortalizas.

En este contexto queda pendiente uno de los mayores retos del sector, la mejora de la competitividad. Frente a la creciente competencia de países terceros, la competencia de otros países miembros de la UE, donde se priorizan los circuitos cortos o la preferencia nacional, y la subida de costes entre los principales problemas, se precisa una política de inversiones que permita mejorar las explotaciones y la adaptación al mercado. El PERTE agroalimentario puede contribuir a ello, pero sería positiva también la implementación de programas específicos de financiación de inversiones en el marco de los programas de desarrollo rural.

Por último, es preciso mencionar la importancia de la feria FRUIT ATTRACTION, que ha contribuido a mostrar las fortalezas del sector de frutas y hortalizas español. Organizada por IFEMA y FEPEX, celebra su edición número 14 del 4 al 6 de octubre de 2022, y las perspectivas son muy favorables, habiéndose convertido en el principal instrumento de promoción del sector, además de un foro de encuentro para toda la industria hortofrutícola. ■