



## Oferta y demanda en el comercio internacional de frutas y hortalizas (1)

- **JUAN CARLOS PÉREZ MESA.** Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Asociación de Cosecheros Exportadores de Productos Hortofrutícolas de Almería (COEXPHAL)
- **JAIME DE PABLO VALENCIANO.** Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Almería

Las compras y ventas de frutas y hortalizas forman un crisol de productores, empresas distribuidoras, grandes supermercados o multinacionales logísticas. Esto les confiere un dinamismo internacional paralelo al grado de caducidad del producto que se intercambia.

Si analizamos el comercio mundial de frutas y hortalizas (2), vemos que éste crece a un ritmo superior al de la producción, y se centra en áreas muy concretas con elevado poder adquisitivo, como son La Unión Europea y Estados Unidos. En este entorno, ya saturado, es de esperar que se encarezca la supervivencia. La situación puede llegar a empeorar si se confirma un estancamiento del consumo total. España juega un papel fundamental en este contexto como segundo exportador mundial, sólo superado por el gigante norteamericano y sus grandes multinacionales. El otro lado, el de los compradores, está ocupado por EEUU de

nuevo, Alemania, Francia y Reino Unido. Cómo muestran las cifras, los estados de la UE copan las listas de vendedores y compradores a nivel mundial.

Los países para los que es previsible un crecimiento de sus envíos exteriores, pueden ser los siguientes: los del Centro y Sur de América, los del Norte de África, países asiáticos (China), o algún europeo (Turquía). Como zonas de potencial crecimiento de las importaciones aparecen los países asiáticos (Japón e incluso China) y del este europeo. Alemania está sufriendo una estabilización de su demanda; esto es preocupante para países como España, que centran la mayor parte de sus envíos en esta área.

La Unión Europea es levemente deficitaria en el comercio internacional de frutas y hortalizas. El grueso de sus importaciones lo forman las frutas (con el 54% del total comprado fuera), los cítricos y las hortalizas, en este orden. El comercio

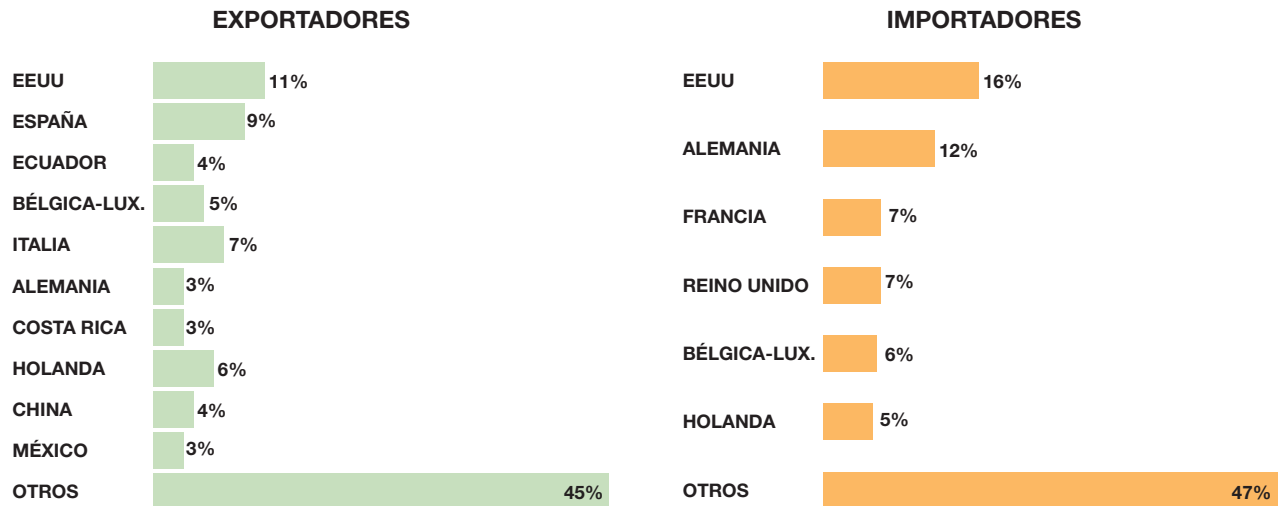
intracomunitario es una tajada muy importante, triplicando el volumen de las importaciones. Las exportaciones están repartidas, casi en el mismo porcentaje, entre frutas, hortalizas y cítricos.

En el año 2001, en la UE se importaron (teniendo cuenta el comercio intracomunitario) frutas y hortalizas por un valor de 15.426 millones de euros. Las hortalizas compradas en mayor cuantía fueron tomate, pimiento, patata, lechuga, pepino y col. En el lado de las frutas, los más comprados fueron: cítricos, plátano, manzana, uva de mesa, nectarina y pera. En cuanto a las exportaciones, su valor alcanzó los 15.009 millones de euros. La cartera de exportaciones está formada casi por los mismos productos que se importan.

Los países de origen de las importaciones europeas de frutas y hortalizas (incluyendo comercio intracomunitario) son, como es lógico y debido a la protec-

GRÁFICO Nº 1

**EXPORTADORES E IMPORTADORES MUNDIALES DE FRUTAS Y HORTALIZAS**  
TONELADAS. MEDIA 1999-2000



FUENTE: FAO.



ción comunitaria, los propios miembros de la UE: España, Holanda, Francia, Italia, Bélgica y Alemania. Como exportadores extra europeos destacan Sudáfrica y Costa Rica.

Los principales importadores comunitarios son Alemania, Reino Unido, Holanda, Francia y Bélgica. Holanda y Bélgica destacan por su capacidad re-exportadora, pues aparecen en los primeros puestos, tanto de exportadores como de importadores.

Pero no debemos soslayar lo que se esconde en el interior de estas macro ci-

fras. ¿Cuáles son los nombres y apellidos de los compradores y vendedores? ¿Qué modelo predomina en la demanda y cuál en la oferta, y cuáles son sus relaciones? ¿Hacia dónde nos encaminamos?

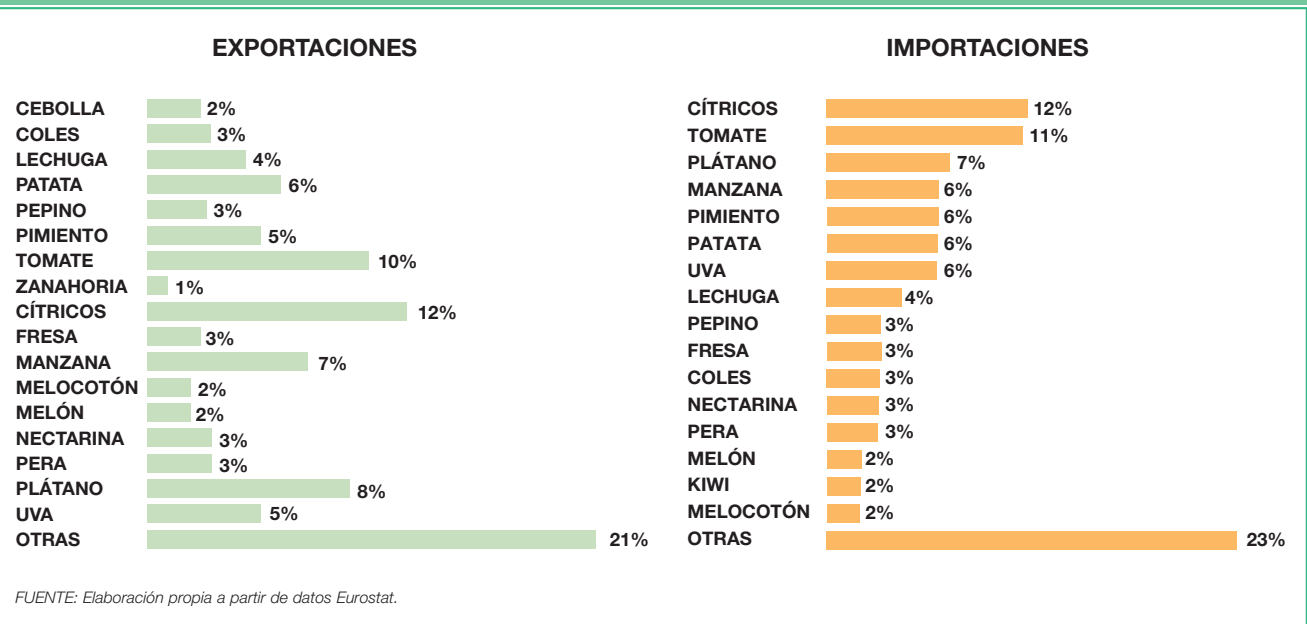
Por el lado de la oferta destacan, a nivel europeo, dos modelos básicos: el español y el holandés. El modelo holandés pasa por una producción y comercialización concentrada, en su mayor parte, en la empresa The Greenery, formada por más de 3.000 compañías miembros, y que controla más del 65% de la comercialización holandesa (su facturación es

superior a los 2.000 millones de euros, cifra por encima de la facturación conjunta de una provincia, típicamente exportadora, como es Almería). Aunque el sistema clásico de comercialización siempre ha sido la subasta, en la actualidad, la necesidad de una integración vertical ha provocado una reorientación hacia fórmulas más directas de vender, que conllevan una relación más estrecha con la gran distribución. El sistema español es mucho más atomizado y en él sobresale Anecoop como cooperativa de cooperativas: su facturación ronda los 300



GRÁFICO Nº 2

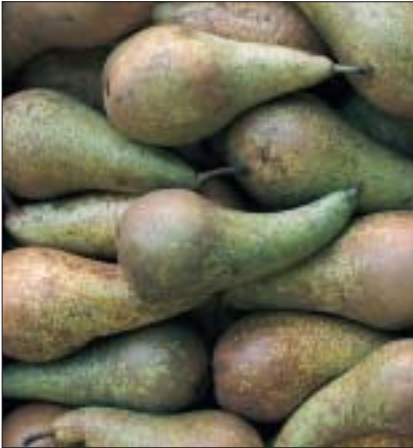
**FRUTAS Y HORTALIZAS IMPORTADAS Y EXPORTADAS EN LA UE (INCLUIDO COMERCIO INTRACOMUNITARIO)  
EUROS. 2001**



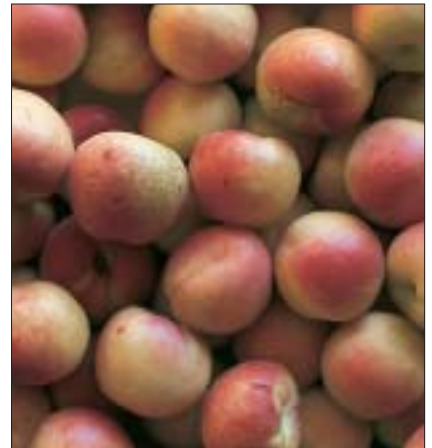
**PEYRO FRUIT, S. L.**  
MAYORISTA DE FRUTAS Y VERDURAS

**MERCAMADRID  
NAVE C  
PUESTOS 21-23-25**

**Tels. 91 785 63 95  
91 785 17 02  
91 785 49 95  
Fax. 91 785 63 95  
91 814 96 00  
28053 MADRID**



que participa en la cadena de comercialización en distintas etapas, que pueden variar desde la producción, el transporte y el marketing, a la distribución; incorporando valor al producto a través de procesos como la manipulación, envasado, maduración, procesado y distintos servicios de marketing. Sin olvidar, claro está, a otros monstruos como Dole, Del Monte o Chiquita. Todo estos sistemas, tienen en común que aprovechan su fuerte capacidad financiera como llave para abrir su participación a cualquier nivel de la cadena (3).



millones de euros. La estrategia de futuro de Anecoop pasa por avanzar en el proceso de acercamiento a la gran distribución, con la que ya existen relaciones estables y estrechas.

Las grandes multinacionales también tienen un peso relevante: un ejemplo es la empresa Fyffes, de origen británico,

Por el lado de la demanda no es ninguna novedad hablar de su concentración imparable, que provoca que la cuota de mercado de las tres principales empresas de distribución minorista alcance más del 60% de media en toda la Unión Europea. Grandes grupos como Carrefour, Metro, Ahold, Aldi, Rewe..., controlan la venta detallista en todo el conti-

nente e, indirectamente, buena parte de la oferta de frutas y hortalizas.

Quedan patentes, por tanto, los tentáculos de la globalización (4) que afectan al comercio agroalimentario, como ocurre, de manera más transparente, en otros sectores.

Aclaradas ciertas cuestiones que en



**Mercamadrid  
Nave C  
Puestos 12 y 14**

**Tels.: 91 785 49 59  
91 785 03 95  
Tel. y Fax: 91 785 63 02  
e-mail: iberfrupa@terra.es**

**Ctra. de Villaverde  
a Vallecas, km. 3,800  
28053 MADRID**

ocasiones quedan ocultas en una exposición general como es ésta; continuamos analizando los flujos comerciales que afectan a la Unión Europea y, sobre todo, los que tienen que ver con los productos típicos de exportación del Sur y Este de España.

### ALEMANIA

Como ocurre en casi todos los sectores de la economía, Alemania (5) es la locomotora que, en el caso que nos ocupa, arrastra como importador al tren de las frutas y hortalizas. Su déficit comercial muestra su potencial de compra: 4.721 millones de euros.

Si analizamos sus exportaciones, éstas se centran casi por completo, en plátanos y patatas –que en su mayoría corresponde a producto revendido–. Como es lógico, su cartera de importaciones es mucho más amplia: tomates, coles, espárragos, lechugas, patatas, pepinos, pimientos, cítricos, fresas, kiwis, manzanas, nectarinas, peras, plátanos y uvas. Sus carencias productivas se trasladan de manera directamente proporcional a sus importaciones. Sin embargo, la escasa producción local está muy bien posicionada; esto ocurre, por ejemplo, en tomate.

Al realizar un análisis para el binomio producto-país, vemos que el tomate que compra Alemania proviene casi exclusivamente de dos países: España (32%) y Holanda (43%). También podemos comprobar como en los últimos años el tomate español ha ido ganando cuota al mismo nivel que la perdía Holanda. Otros orígenes de este producto son Bélgica, Italia o Francia. Holanda ha iniciado una reconversión de su tomate hacia el ramo y el cherry, para poder competir en este mercado, mediante diferenciación, con el tomate originario de España. Con esta estrategia procura estabilizar y asentar su cuota de mercado.

El pepino de importación alemán es en un 62% de origen holandés, siendo España el siguiente país en importancia con un 28%. El único país extra europeo que exporta a esta área, aunque volúmenes muy reducidos, es Turquía.

CUADRO Nº 1

## FRUTAS Y HORTALIZAS IMPORTADAS Y EXPORTADAS EN LA UE (INCLUIDO COMERCIO INTRACOMUNITARIO) 2001

EXPORTACIONES			IMPORTACIONES	
PAÍS	TONELADAS	%	PAÍS	%
ESPAÑA	6.981.518	21,0	ESPAÑA	4%
HOLANDA	4.883.951	14,7	HOLANDA	14%
FRANCIA	3.187.997	9,6	FRANCIA	13%
ITALIA	2.817.461	8,5	ITALIA	6%
BÉLGICA	2.632.907	7,9	BÉLGICA	12%
ALEMANIA	2.081.991	6,3	ALEMANIA	22%
SUDÁFRICA	911.542	2,7	GRECIA	1%
COSTA RICA	822.118	2,5	REINO UNIDO	15%
ECUADOR	723.011	2,2	SUECIA	3%
COLOMBIA	665.736	2,0	FINLANDIA	1%
MARRUECOS	577.243	1,7	AUSTRIA	3%
TURQUÍA	542.203	1,6	IRLANDA	1%
ARGENTINA	528.325	1,6	DINAMARCA	2%
NUEVA ZELANDA	437.832	1,3	PORTUGAL	3%
COSTA DE MARFIL	392.002	1,2	LUXEMBURGO	0,2%
GRECIA	375.296	1,1		
CHILE	372.419	1,1		
ISRAEL	370.457	1,1		
PANAMÁ	357.831	1,1		
BRASIL	302.512	0,9		
REINO UNIDO	290.842	0,9		
EEUU	236.739	0,7		
OTROS	2.696.125	8,1		
INTRA-EUR	23.865.967	71,9		
EXTRA-EUR	9.322.091	28,1		
<b>TOTAL</b>	<b>33.188.058</b>	<b>100</b>		



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos Eurostat.

En cuanto al pimiento, el 44% del total importado es español, mientras que otro 43% corresponde a pimiento holandés. Los países extra comunitarios de mayor relevancia que exportan a Alemania son Hungría, y otra vez, Turquía.

Es importante hacer referencia a la lechuga, cuando hablamos del mercado alemán, pues es un destino muy impor-

tante para la producción de nuestro país, principalmente de Murcia, Almería y Alicante. La cuota de la lechuga española en las importaciones alemanas es casi del 70%. Holanda, Italia, Francia o Bélgica son competidores menores. Se pone de manifiesto el potencial de una posible unión, en nuestro país, para la comercialización de este producto (ya se ha inten-

CUADRO Nº 2

### IMPORTACIONES DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE ALEMANIA SEGÚN PAÍS DE ORIGEN Y PRODUCTOS (INCLUIDO COMERCIO INTRACOMUNITARIO) 2001

IMPORTACIONES			PRODUCTOS	
EXPORTADOR	TONELADAS	%		
<b>ESPAÑA</b>	<b>1.915.235</b>	<b>25,4</b>	ESPÁRRAGO	2%
HOLANDA	1.638.364	21,7	LECHUGA	4%
ITALIA	1.378.781	18,3	PATATA	2%
BÉLGICA	769.717	10,2	PEPINO	6%
COSTA RICA	79.365	1,1	PIMIENTO	7%
ECUADOR	220.000	2,9	TOMATE	12%
COLOMBIA	126.899	1,7	CÍTRICOS	12%
TURQUÍA	117.426	1,6	FRESA	4%
NUEVA ZELANDA	28.279	0,4	KIWI	2%
GRECIA	165.095	2,2	MANZANA	7%
PANAMÁ	105.041	1,4	NECTARINA	3%
POLONIA	119.707	1,6	PERA	2%
HUNGRÍA	62.198	0,8	PLÁTANO	7%
AUSTRIA	83.638	1,1	UVA	7%
OTROS	737.182	9,8	COLES	3%
INTRA-EUR	6.478.868	85,8	OTRAS	20%
EXTRA-EUR	1.068.059	14,2		
<b>TOTAL</b>	<b>7.546.927</b>	<b>100</b>		

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos Eurostat.

tado en Murcia con escasos resultados debido, principalmente, a la desigualdad en la dimensión de las empresas exportadoras). El comercializador español suele utilizar a Alemania como venta alternativa del género no colocado en el Reino Unido.

#### FRANCIA

El saldo comercial de frutas y hortalizas francés es deficitario en 310 millones de euros (año 2001). Los principales productos exportados por Francia son patatas, coles, plátanos, y sobre todo, manzanas. Sus exportaciones de frutas y hortalizas representan el 12% del total de la Unión.

Por su parte, las importaciones francesas de frutas y hortalizas suponen el 14% del total importado por la Unión Europea. Sus compras se centran básicamente en cítricos, tomates, pimientos, calabacines, melones, nectarinas, plátanos, peras, o uvas, entre otros. Los principales proveedores de frutas y hortalizas del mercado francés son, por este orden, España, Bélgica, Holanda, Italia, Marruecos y Costa de Marfil.

Realizando un estudio más detallado para algunos productos de importación, vemos que el tomate comprado por Francia es en su mayoría marroquí (6), concretamente el 42% para el año 2001. Otro exportador importante a este país

es España y concretamente Almería: esta provincia, por sí sola, representa el 25% del tomate importado. El resto de España alcanza una cuota del 16%. Otros países que también entran en este mercado, aunque con porcentajes más reducidos, son: Holanda, Bélgica, Italia, Alemania, Israel o Turquía. En los datos se aprecia un incremento espectacular de las exportaciones marroquíes: se ha producido un ascenso casi del 13% en los últimos cinco años. Sin embargo el tomate con origen español ha avolucionado aún más rápido: su incremento ha sido superior al 40%.

Los aumentos del tomate exportado por Marruecos a la Unión Europea quedan limitados por la existencia de un cupo anual de exportación de 168.757 toneladas. Si la Unión Europea consintiese a sus demandas, este país pasaría a poder exportar 216.000 toneladas con precios reducidos y, derechos de aduana nulos. Además se le concedería hasta un 5% de aumento de cupo anual. Estas concesiones tendrían sus más inmediatas consecuencias en el mercado francés, como absorbedor del 90% del total exportado por Marruecos.

El pimiento que importa Francia tiene principalmente tres orígenes: España, que representa el 76% en tonelaje (Almería por sí sola posee el 30%); Israel cuya cuota alcanza casi el 12%; y Holanda (6%). España ha incrementado sus envíos, en los últimos 5 años, en más de un 60%, otros incrementos, incluso más fuertes, han correspondido a Israel o Bélgica. Holanda, sin embargo, ha conseguido un aumento pobre, sólo del 5%. La competitividad española mantiene a raya a sus competidores tanto intra como extra europeos.

Otra fruta que merece la pena mencionar por su importancia, en el ámbito de estudio de este artículo, es el melón. Este producto es importado por Francia en su mayoría de España (un 73% en volumen, durante 2001); aunque también existen otros orígenes muy relevantes, como Marruecos, Israel o Italia. En este cultivo, como en otros muchos, la libera-



lización previsible, y la eliminación de las preferencias comunitarias, puede hacer mucho daño al originario del continente.

Es interesante hablar del aguacate y el mercado francés, por ser un producto de relevancia en la costa sur este española (en Granada) y por ser Francia el destino prioritario de esta producción. Sólo este país absorbe casi el 50% del total importado por la UE (un 17% adicional corresponde a Alemania). El aguacate español supone el 70% del total comprado al exterior por Francia. Sin embargo este producto no termina de despuntar (algo muy interesante desde el punto de vista de la diversificación hacia otros cultivos): las exportaciones españolas con destino a Francia han caído un 16% en cinco años.

#### HOLANDA (7)

La mayor parte de las importaciones holandesas tienen como destino reexportar



al resto de los países europeos. Su estrategia se asienta en una serie de ventajas competitivas:

–Ocupa una situación central en Europa occidental y está conectado por excelentes sistemas de comunicación con todas las grandes ciudades europeas.

–El puerto de Rotterdam, el mayor de Europa, está especialmente equipado para la manipulación de remesas de productos frescos.

–Como país que produce y exporta grandes cantidades de frutas y hortalizas frescas durante el verano, Holanda ha establecido un comercio estable con muchos intermediarios y cadenas de supermercados europeos que continúan comprando esta clase de productos, incluso durante el invierno.

Las cifras hablan por sí solas. En el comercio de frutas y hortalizas, su superávit comercial alcanza los 1.596 millones de euros. Por su sistema logístico pasan productos variados y de orígenes diversos. Los principales productos importados son patatas, tomates, coles, cítricos, manzanas, plátanos y melones. Sus principales proveedores son, por este orden: Alemania, Bélgica, España, Sudáfrica



## PRESENTACION RIVAS DE ANDRES

8  
TLF 7 85 52 01

# PRESENTACION RIVAS e HIJOS



Mercamadrid  
Nave D  
Puestos 6 y 8  
28053 MADRID

Tels. 91 785 52 01  
91 785 53 44  
Fax 91 785 74 00  
Móvil 615 62 02 55

e-mail pronda@teleline.es



ca, Brasil, Chile y Argentina. La batería de países extracomunitarios es muy amplia. Este hecho demuestra como se doma el efecto globalizador a favor de los intereses comerciales de un país: algo que España no ha sabido realizar a pesar de su dominio productor, durante más de una década.

Con respecto a sus exportaciones, éstas se centran en los siguientes productos: cebolla, patata, col, pepino, pimienta, tomate, cítricos, manzanas o peras, entre otros. Los destinos comunitarios favoritos de su producción son: Alemania, Bélgica, y en menor medida, Reino Unido y Francia.

Su potencial exportador traspasa las fronteras comunitarias para acceder a mercados como el canadiense o estadounidense, en cuantías que por ejemplo en tomate quintuplican a las españolas; apoyándose en un calendario más amplio que el permitido a nuestro país.

Holanda es un comprador muy importante de varias hortalizas españolas: en sus importaciones de pimienta, España representa el 80%; alcanzando el 82% en tomate; y casi el 90% en pepino. Sin embargo en melón, Holanda recurre a Brasil como proveedor mayoritario (30% del total) en los meses invernales; España sigue siendo su proveedor en época estival (20% de su cuota de importación). Para este último producto, el panorama podría cambiar con las nuevas directrices liberalizadoras de la OMC.

CUADRO Nº 3

**IMPORTACIONES DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE REINO UNIDO SEGÚN PAÍS DE ORIGEN Y PRODUCTOS (INCLUIDO COMERCIO INTRACOMUNITARIO) 2001**

IMPORTACIONES			PRODUCTOS		
EXPORTADOR	TONELADAS	%			
<b>ESPAÑA</b>	<b>1.118.229</b>	<b>22,8</b>	CEBOLLA		6%
HOLANDA	581.331	11,8	COLES		5%
FRANCIA	558.702	11,4	LECHUGA		6%
ITALIA	329.649	6,7	PATATA		14%
BÉLGICA	180.302	3,7	TOMATE		10%
SUDÁFRICA	320.555	6,5	ZANAHORIA		4%
COSTA RICA	151.249	3,1	CIRUELA		3%
TURQUÍA	108.519	2,2	CÍTRICOS		9%
NUEVA ZELANDA	118.319	2,4	MANZANA		8%
CHILE	101.016	2,1	MELÓN		3%
ISRAEL	118.056	2,4	NECTARINA		4%
BRASIL	84.362	1,7	PERA		3%
EEUU	96.428	2,0	PLÁTANO		5%
OTROS	1.041.394	21,2	OTRAS		20%
INTRA-EUR	2.980.506	60,7			
EXTRA-EUR	1.927.605	39,3			
<b>TOTAL</b>	<b>4.908.111</b>	<b>100</b>			

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos Eurostat

**REINO UNIDO**

En el contexto comunitario, el Reino Unido se muestra como la nación con menor índice de consumo de hortalizas. A pesar de ello es uno de los principales clientes de España en este tipo de productos (8). Representa aproximadamente el 30% de las exportaciones españolas y se centra en productos como tomate, pimienta, pepino, calabacín, berenjena, espárrago, apio, alcachofa, cebolla y brócoli. Algo que caracteriza a las grandes cadenas de distribución británicas es la elevada calidad que exigen a cualquier partida importada de alimentos.

Reino Unido muestra un déficit muy alto, en cuanto al comercio de frutas y hor-

talizas se refiere: 2.617 millones de euros. Junto con Alemania forma el núcleo de importadores puros. Las patatas, los tomates, las coles, los cítricos, las manzanas, los plátanos, y los melones, son, entre otras, frutas y hortalizas que el Reino Unido tiene que importar debido a sus carencias, que son muchas. España, Holanda, Francia, Italia y Sudáfrica son sus principales proveedores.

Las pequeñas exportaciones del Reino Unido se centran básicamente en manzanas, patatas y cítricos (9); como parece lógico, motivadas por reenvíos excedentarios en su mercado interno.

El tomate de importación proviene en un 43% de Holanda y en otro 32% de Es-







pañá. Atando cabos, nos damos cuenta que Holanda ha sabido vender su "mayor calidad aparente" para convertirse en el principal suministrador en este exigente mercado: en los últimos cinco años las exportaciones españolas han descendido un 1%, mientras que las holandesas han crecido más de un 15%.

Los pliegos de condiciones de grandes cadenas y supermercados –como Asda, Safeway, CWS, Somerfield, Iceland, Sainsbury´s, Marks&Spencer, Tesco y Waitrose–; pesan sobre la desorganizada oferta española.

En lechuga, España mantiene una cuota considerable del mercado británico, concretamente, el 83%. Son las empresas exportadoras, de mayor tamaño, las que alcanzan este mercado en mejores condiciones.

Un hecho curioso que se produce en este país y en este producto, es que las comercializadoras, temen perder a sus clientes si se producen fallos en el suministro. Por lo que llegan, incluso, a plantar mas cantidad de la necesaria, para imprevistos. Esto puede provocar en determinados momentos una sobreoferta

que afecte negativamente a los precios. El melón costarricense y brasileño tiene en el Reino Unido una entrada natural a Europa. Entre ambos suponen el 36% del total importado por el Reino Unido. Sólo España, con casi el 50%, les supera en cuota de mercado.

#### **BÉLGICA**

Junto con Holanda, es el país con una vocación comercial más acusada. Su superávit en el comercio de frutas y hortalizas es de 1.223 millones de euros (año 2001). Este país es importador, sobre to-



Antes.



Ahora.



muy importante con Holanda y Francia (son, a la vez, sus principales clientes y proveedores). También, es importador de frutas y hortalizas de Costa Rica, Colombia y España. La mayor parte de las mercancías se importan por vía marítima, por el puerto de Amberes o por vía aérea a través de Bruselas. Sin embargo, una gran proporción de las hortalizas y frutas se transportan en camión desde Rotterdam o París.

Bélgica dispone actualmente de una red amplia de subastas, tanto de frutas como de hortalizas. No toda la producción pasa por este sistema: una gran parte se comercializa a través de los mercados centrales, o mediante empresas independientes.

#### ESPAÑA

Es el principal exportador de frutas y hortalizas en Europa. Sus exportaciones, en un 88% a países de la Unión, alcanzan un



do, de cítricos, patatas y tomates; aunque también destacan otras frutas y hortalizas entre sus compras: col, escarola, cebolla, zanahoria o manzana.

Entre sus exportaciones, aparecen algunas frutas y hortalizas compradas en el exterior, aunque las combina con producción propia; en ambos conceptos destacan: la patata, el tomate, la lechuga, los cítricos, la manzana, la pera y el plátano. Posee una relación comercial

valor 5.090 millones de euros (datos de 2001). Sus importaciones apenas representan el 8% de esta cifra.

Respecto de la organización comercial hortícola española, ésta se ha desarrollado en las zonas productoras, aunque existen áreas re-exportadoras que aprovecharon este potencial para crear en ellas centros mayoristas, o la instalación de centrales de compra en orden a canalizar la producción de otras provincias: los



**SOMFRU S.A.**  
Ponemos la mejor fruta nacional y de todo el mundo a su alcance

De los mejores árboles ...  
...la mejor fruta...

...En los mercados  
más importantes.

Mollerussa (Lleida) - Madrid - Barcelona - Lisboa - Sevilla - Huelva

**Grupo nufri**  
Nuestro esfuerzo a su servicio

Web: <http://www.somfru.com>  
e-mail: [somfru@nufri.com](mailto:somfru@nufri.com)

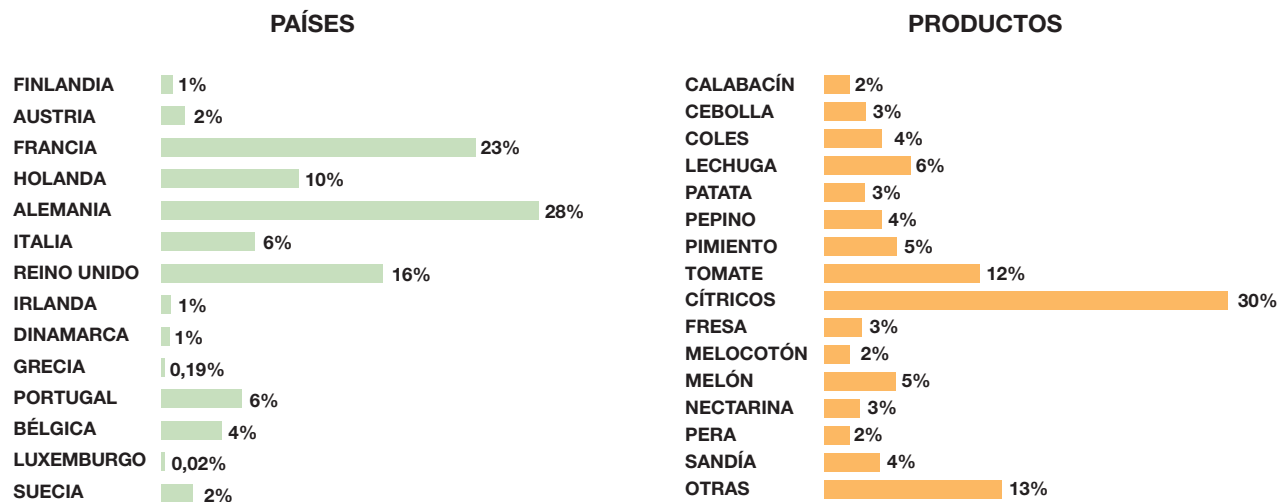
**PLATAFORMA DE DISTRIBUCION**  
Calle Eje 1.8 parcela G 1 B  
28018 Mercamadrid (Madrid)  
Tel: (+34) 915079158  
Fax: (+34) 915079156

**PUESTOS PABELLON A**  
Pavellon A , Puestos 17-19  
28018 Mercamadrid (Madrid)  
Tel: (+34) 917858011  
Fax: (+34) 917858112

**PUESTOS PABELLON B**  
Pavellon B , Puesto 35  
28018 Mercamadrid (Madrid)  
Tel: (+34) 915070201  
Fax: (+34) 915077636

GRÁFICO Nº 3

**EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A LA UE SEGÚN PAÍS Y PRODUCTO**  
TONELADAS. 2001



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos FEPEX.

principales casos son Valencia y Barcelona. Sin embargo, como ya comentamos, el caso español, es un modelo comercial subdesarrollado, con relación, al existente en el norte de Europa y difícilmente sostenible con las actuales condiciones, especialmente en el sector hortícola.

Las exportaciones a la UE de la horticultura española, en general, y de los productos típicos de la agricultura intensiva en particular, se caracterizan por un comercio, basado en el aprovechamiento de sus ventajas comparativas que son: unos costes de producción inferiores a sus competidores europeos y, sobre todo, las excelencias climáticas, que le hacen producir fuertemente en época invernal. La ventaja comparativa española, con respecto a sus envíos a la UE, se verá afectada con la liberalización comercial mundial, lo que obligará a competir con otros países que anulan la posición ventajosa en costes y clima, como es el caso de Marruecos. A pesar de ello, no se ha luchado con suficiente fuerza para conseguir un producto diferenciado de cara al consumidor.

La entrada de 10 nuevos Estados miembros a la UE en 2004 se presenta



inicialmente como beneficiosa para España en las exportaciones de sus productos típicos mediterráneos. Todavía es pronto para evaluar sus consecuencias que, en buena medida, van a depender del desarrollo económico de estas áreas. Polonia, con más de 9 millones de toneladas, y Hungría (este país tiene pendiente su adhesión para el año 2007) con casi 3 millones, son importantes productores de frutas y hortalizas, sin embargo, para productos hortofrutícolas importantes (tomate, pimiento, pepino, melón, cítricos), poseen un comportamiento importador. A pesar de todo, hasta la fecha, los volúmenes exportados, quedan por debajo de las expectativas, aunque

hoy por hoy, sigue siendo la zona con mayor potencial.

El "sueño americano" para España, más real para el caso de los cítricos, queda más lejos cuando hablamos de hortalizas, como por ejemplo el tomate. La estacionalidad impuesta y la competencia de otros orígenes (Méjico, Canadá, Holanda), complican el establecimiento de relaciones más amplias y estables.

**AUSTRIA**

Su agricultura está basada en una producción de tipo continental, es decir, de carne bovina y porcina, de aves o de leche; esta situación le hace convertirse en un importador hortofrutícola, aunque tampoco es despreciable la producción propia. Su déficit comercial, en esta última clase de cultivos, ronda los 300 millones de euros.

A este país lo podríamos calificar de "importador de proximidad". Sus principales proveedores de frutas y hortalizas son, en este orden, Italia, Alemania, Turquía, España, Holanda y Hungría. Su cesta de la compra fuera de sus fronteras la componen tomates, lechugas, pimientos, pepinos, coles, plátanos, cítricos, fresas,

nectarinas, manzanas, uvas, o kiwis.

Concretando en tomate, se observa una entrada de producto italiano, que compite con el proveniente de España; cuotas mucho menos importantes corresponden a Holanda y Turquía.

#### ITALIA

Italia es el primer país productor de frutas y hortalizas en la Unión Europea. Entre las características del mercado italiano destacan un nivel de consumo elevado pero estable y una producción muy heterogénea y desorganizada. A pesar de esto, su superávit en el comercio de frutas y hortalizas es de 1.159 millones de euros, basándose en las exportaciones de: patata, cítricos, nectarina, col, zanahoria, kiwi, manzana, plátano, pera, uva y tomates.

Casi el 50% de sus exportaciones de frutas y hortalizas a la UE tienen como destino Alemania, otro 13% va a Fran-



cia, y un 12% a Reino Unido, sin olvidar a Austria, que supone un 8%. La posición italiana es ventajosa, respecto de otros países exportadores como España, para abordar mercados como el esloveno, checo, eslovaco, húngaro o polaco.

#### PORTUGAL

En frutas y hortalizas este país se comporta como importador, pero siempre a escalas muy reducidas. Supone únicamente el 3% del total importado por la UE. Las frutas y hortalizas de produc-

ción propia suelen, en términos muy generales, tener una calidad inferior a la necesaria para el mercado de exportación, en el que sí podría competir a través del factor precio. Sus compras de frutas y hortalizas en el exterior las hace principalmente a España y Francia. Entre sus proveedores extracomunitarios sobresalen Costa Rica, Ecuador y Colombia. Los productos típicos de importación son: patata, manzana, cítricos, melón y uva.

Centrándonos, como ejemplo, en el melón, más del 80% de las importaciones portuguesas provienen de España.

#### SUECIA

Las características físicas de este país lo convierten, casi por obligación, en deficitario en el comercio de frutas y hortalizas (más de 510 millones de euros). Las importaciones, en los últimos siete años, se han mantenido en cierta esta-



## COSECHA PROPIA LAS MEJORES FRUTAS DE ARAGÓN

ZaraGalán, s.l.  
MERCAZARAGOZA, Puesto 63  
Camino Cogullada, s/n. 50014 Zaragoza

Tel.: 976 47 01 43  
Fax: 976 47 06 61  
Móvil: 686 96 05 64

bilidad, destacando los fuertes aumentos en la compra de plátanos (principalmente de Alemania y Costa Rica) y cítricos (procedentes de España). Con respecto a las hortalizas, destacan los leves incrementos de la compra exterior de tomates, principalmente holandeses, y lechugas de origen español.

Algo a tener en cuenta de cara a la exportación a este país, es que los tres principales grupos de distribución alimentaria, controlan el 95% de cuota. Sólo la cadena holandesa A-Hold, a través del grupo ICA, controla el 32%.

### OFERTA Y DEMANDA EN PAÍSES NO COMUNITARIOS

Suiza Es un importante importador de frutas y hortalizas, su cuota en el comercio mundial, alcanza el 2,3%. Básicamente España e Italia se reparten buena parte del mercado helvético. En la actualidad están apareciendo nuevos suministradores al mercado suizo, como por ejemplo, Marruecos: las importaciones suizas de tomate marroquí han superado las 15.000 toneladas, de media, en las 3 últimas campañas. Las hortalizas más importadas son los tomates, pimientos, calabacines, pepinos y coliflor. Las frutas, comprada en el exterior, son: cítricos, uvas, melones, e incluso las fresas.

De nuevo nos encontramos ante un mercado extremadamente exigente, por lo que los exportadores deben establecer duros controles de calidad. En consonancia con esta situación, dos cadenas de distribución, Coop y Migros, controlan más del 70% de la cuota de venta de alimentos.

### RUSIA

No existe un mercado de intercambio, propiamente dicho, en este país. Son las micro-operaciones las que dominan las relaciones de intercambio. Rusia es un destacado importador de cítricos y de algunos productos hortícolas, entre los que destacan el pepino y el tomate. Actualmente en el mercado confluyen ope-



radadores de diferentes países: España, Alemania, Turquía, Holanda, en incluso China. Las exportaciones almeriense suelen llegar reexpedidas desde los países centroeuropeos. Tampoco es desdeñable, la entrada de producto procedente de Marruecos: por ejemplo, en tomate, las exportaciones marroquíes han superado, en determinadas campañas, las 40.000 toneladas, aunque a partir de la campaña 1998/99, con la grave crisis económica que sufrió Rusia, se resintieron las exportaciones procedentes de muchas zonas, entre ellas, Marruecos y España.

En la actualidad se vislumbra una cierta recuperación. La potencialidad de este mercado es gigante, por lo que es necesario desarrollar relaciones más estables en el corto plazo.

### POLONIA

Centrándonos en los productos hortícolas, este país se comporta como importador. Sus principales proveedores son, en este orden: Holanda, Alemania, España, Bélgica e Italia. Analizando determinados productos, por ejemplo el tomate, el primer exportador a Polonia es Holanda –con más del 50% de cuota– seguido de España, con el 35%; este orden se altera en los meses de invierno, donde España domina el mercado. En otros cultivos, como son el pimiento y el pepino, España y Holanda, a niveles prácticamente idénticos, se reparten la importación.

El mercado polaco, junto con la República Checa y Eslovaquia, se configura como la válvula de escape, a más corto

plazo, frente a la saturación del mercado centroeuropeo.

### REPÚBLICA CHECA

La producción de frutas y hortalizas en la República Checa se reduce a los meses de junio, julio y agosto, en los que el clima es más benigno y es posible el cultivo de estos productos (10). Esta debilidad de la producción local y un aumento constante del consumo, tanto de frutas como de hortalizas, conlleva la importación de determinados productos (11): cítricos (principalmente de España, Grecia, Turquía, Italia e incluso Marruecos); melones y sandías (de Hungría y España); fresas (españolas e italianas); manzanas (italianas y francesas); uvas (italianas y sudafricanas); tomates (españoles y eslovacos); pimientos (españoles y húngaros); pepinos (eslovacos, españoles y holandeses).

Se aprecian aún en su comercio las reminiscencias de épocas más autárquicas. Aunque su población es pequeña, es el país más desarrollado de la zona, lo que potencia su atractivo; además puede ser la llave de entrada a otros mercados próximos.

### ALGUNAS CONSIDERACIONES GENERALES A MODO DE CONCLUSIÓN

El despertar exportador del coloso turco haría tambalearse los cimientos de la estabilidad competitiva actual: no debemos olvidar que este país es el cuarto productor de hortalizas del mundo, y el sexto en frutas. El caso turco es parecido al italiano (grandes productores con elevada demanda interna). En el medio



NARANJA DE ZUMO



Mercamadrid Nave B Puesto 3  
Tel. 91 507 91 25 Fax 91 507 91 28

Almacén Central  
Cami Sant Francesc s/n  
Tel. 964 623 000 Fax 964 623 151  
Betxi - Castellón

e-mail: sanalf@sanalf.com  
www: sanalf.com

## Comercio internacional de frutas y hortalizas

plazo deben aumentarse las exportaciones desde este país, sobre todo por proximidad e importancia, hacia el mercado alemán y austríaco.

Dentro de la Unión Europea son muchos los operadores que intentan posicionarse. Con las actuales barreras al comercio, impuestas en el seno de la Unión, países como Holanda, Bélgica, Francia o España, han encontrado un cierto equilibrio "apuntalado", que en próximos años se tambaleará con las tendencias de liberalización comercial negociadas en la OMC y que la Comisión Europea trasladará, tarde o temprano, a la PAC. Nuevos Estados pasarán a ocupar puestos de preferencia en las cifras de importadores de frutas y hortalizas de la Unión: Marruecos, Egipto, Israel, Turquía, Sudáfrica, Costa Rica o Brasil.

En lo que respecta a España, parece imparable la aplicación de la máxima holandesa: es necesario brindar más atención a la oferta y la demanda internacional de determinados productos. Si durante algunos meses cuesta menos producir en otras regiones productos parecidos a los nuestros, es necesario reflexionar sobre las ventajas y desventajas económicas de adecuar los cultivos a esta nueva situación. Las decisiones sobre los productos que serán cultivados deben tomarse de manera más consciente, en base a una información internacional adecuada. ■

### JUAN CARLOS PÉREZ MESA.

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales.  
Asociación de Cosecheros Exportadores de  
Productos Hortofrutícolas de Almería (COEXPHAL)

### JAIME DE PABLO VALENCIANO.

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales.  
Universidad de Almería.

## NOTAS

- (1) Datos estadísticos suministrados por FEPEX.
- (2) Algunos trabajos de análisis en este sentido son: Briz (1995); Chebil y Briz (1999); Barceló (1987 a,b) y Pérez Mesa (2001).
- (3) De Pablo, Torrente y Pérez (2002).
- (4) Una descripción de las consecuencias para el sector hortícola del proceso globalizador, puede verse en Pérez Mesa (2002); Cazorla (2001) y Álvarez Ramos (2002).
- (5) Es conveniente a la hora de analizar este mercado consultar el estudio realizado, para frutas y hortalizas por la Oficina Comercial en Dusseldorf (2001). Una espléndida recopilación de datos estadísticos es ZMP (2001).
- (6) Referencias al sector productor y comercializador marroquí pueden verse en Valencia Fruits (1999), Flores (2001) y Compés (1999).
- (7) Referente al funcionamiento y limitaciones del mercado Holandés ver: Álvarez Ramos (1999,2000,2001).
- (8) Oficina comercial en Londres (2002).
- (9) Key note Limited (1999).
- (10) Oficina Comercial en Praga (1999).
- (11) Oficina Comercial en Praga (2000)..

## BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ RAMOS, J. (1999): "Los desafíos de la agricultura holandesa". Cuadernos de Economía, Pesca y Alimentación, nº 5, pp. 27-34.
- ÁLVAREZ RAMOS, J. (2000): "Holanda y sus limitaciones medioambientales". Mundo Ganadero, Octubre, pp. 22-24.
- ÁLVAREZ RAMOS, J. (2001): "Importación hortofrutícola: los puertos del norte". Horticultura internacional, nº 32, Mayo, pp. 52-56.
- ÁLVAREZ RAMOS, J. (2002): Comercialización internacional de productos hortofrutícolas. Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación. Secretaría General Técnica.
- BARCELÓ, L. (1987)(a) : "La exportación española de frutas y hortalizas a la CEE". ICE Agosto-Sep.
- BARCELÓ, L. (1987)(b): "La posición competitiva de los productos mediterráneos españoles". Revista de Estudios Agrosociales, nº 140, pp. 203-227.
- BRIZ, J. (1995): "Principales competidores en el mercado internacional: Fortalezas y debilidades de los más importantes concurrentes". Curso de Post-Cosecha y comercialización de productos hortalícolas: técnicas y canales de distribución. FIAPA-Junta de Andalucía, Almería, pp. 299-340.
- CAZORLA, L. (2001): "La globalización de los mercados: nuevas oportunidades para la expansión comercial de las empresas". Informe económico de la provincia 2000. Cajamar - Cámara de Comercio de Almería, pp. 82-104.
- CHEBIL, A.; BRIZ, J. (1999): "Escenario competitivo del sector horticola español". Rev. Distribución y Consumo, nº 52.
- COMPÉS LÓPEZ, R. (1999): "Los acuerdos euromediterráneos y el sector de frutas y hortalizas". Revista Valenciana d'estudis autonòmics. Nº 26, pp.181-202.
- DE PABLO, J.; PÉREZ J.C.;TORRENTE, R. (2002): Alternativas de cooperación en el sector productor-comercializador de frutas y hortalizas almeriense. FIAPA.
- FLORES, F. (2001): "La amenaza marroquí, amparada por la geoestrategia comunitaria". Rev. Frutas y Hortalizas. Año II, nº 16, pp. 6-8.
- KEY NOTE LIMITED (1999): "Key note market report fruit and vegetables". Hampton, England.
- OFICINA COMERCIAL DE LA EMBAJADA ESPAÑOLA EN DUSSELDORF (2002): "El tomate alemán para consumo en fresco: Campaña 2000/2001". Manuscrito sin publicar. Dusseldorf.
- OFICINA COMERCIAL DE LA EMBAJADA ESPAÑOLA EN PRAGA (1999): "Estudio del mercado de frutas y hortalizas en la República Checa". Manuscrito sin publicar. República Checa.
- OFICINA COMERCIAL DE LA EMBAJADA ESPAÑOLA EN PRAGA (2000): "Estudio de la distribución en la República Checa". Manuscrito sin publicar. República Checa.
- OFICINA COMERCIAL DE LA EMBAJADA ESPAÑOLA EN LONDRES (2002): "Producto Fresco: Fruta, verdura y hortalizas". Manuscrito sin publicar. Reino Unido.
- PÉREZ MESA, J.C. (2001): "Competencia de las exportaciones españolas de tomate con destino comunitario". Rev. Frutas y Hortalizas, nº 21, pp. 24-27.
- PÉREZ MESA, J.C. (2002): Competitividad de la agricultura intensiva en un contexto globalizado. Tesis Doctoral. Dpto. Economía Aplicada. Universidad de Almería.
- ZMP (2001): Europäische Union: 2001 Tier-und Pflanzenproduktion. Bonn.



La única empresa en el mundo que dedica todos sus recursos al desarrollo y fabricación de sistemas que permiten garantizar la calidad total de la producción

### Controladoras de peso ▶

Un modelo para cada aplicación y todos de acuerdo a la normativa mundial de control de peso dinámico (OIMLR 51).

**Ni de más, ni de menos.**  
**Sus productos con el peso justo**



### ◀ Detectores de metales

Evitan los riesgos innecesarios, permitiendo al fabricante cumplir con la normativa internacional HACCP (de control de riesgos del proceso de fabricación).

**Evite riesgos innecesarios**

### Detector de microfugas ▶

El único sistema que controla el 100% de la producción de envases con atmósfera modificada (MAP). **No acorte la vida útil de sus productos**



### ◀ Búsqueda de contaminantes con rayos x

Donde no es posible aplicar un Detector de Metales, o cuando buscamos cristal, huesos o cualquier otro objeto perjudicial para la salud, la única opción son los Rayos X, homologados y clasificados por las Autoridades competentes como "exentos".

**Evite riesgos innecesarios**

### Adquisición de datos ▶

Todos los datos del proceso de control de calidad centralizados y en tiempo real. **Mantenga el control**



## SISTEMAS DE CONTROL DE CALIDAD EN LÍNEAS DE PRODUCCIÓN

www.prismaindustriale.com  
 info\_es@prismaindustriale.com  
 Tel.: +34 937 152 246  
 Fax: +34 937 152 403