



Evolución y tendencias en los mercados de frutas y hortalizas (II)

Análisis de las principales variedades de hortalizas y patatas

■ JOSÉ LUIS ILLESCAS

Jefe del Departamento de Seguimiento de Precios y Mercados
Empresa Nacional Mercasa

■ OLGA BACHO

Técnica del Departamento de Seguimiento de Precios y Mercados
Empresa Nacional Mercasa

Como ya se había avanzado en el número anterior de *Distribución y Consumo*, en el que aparecía recogida la primera parte del trabajo correspondiente al mercado de las frutas, se presenta a continuación el relativo al de hortalizas y patatas. Productos básicos de nuestra dieta diaria y que en el caso de las patatas son uno de los principales soportes de la alimentación mundial.

Las hortalizas y patatas frescas destacan, por otra parte, como una de las familias de alimentos que mayores transfor-

maciones han presentado en los últimos años, tanto en la ordenación de sus mercados como en la rotación y cambio de variedades, o los formatos de presentación, a fin de poder ofrecer al consumidor una continuidad de oferta durante todo el año, un mayor control y garantía de calidad, o una mejor presentación y facilidad de manejo del producto a la hora de efectuar la compra, con presentaciones y pesos más razonables para el usuario.

Un hecho que se refleja especialmente en el caso de las patatas, donde el mayo-

rista/almacenista dota al producto de un importante valor añadido, clasifica, calibra y envasa, incluso identificando el mejor uso de cada variedad: cocer, freír, etc. En definitiva, se pone a disposición del detallista con las exigencias del moderno consumidor. Un tipo de envasado, hasta ahora, más característico de las medianas y grandes superficies, pero que también se va imponiendo en el comercio tradicional. Así, actualmente se estima que las patatas que se comercializan en la Red de Mercas se reparten en similares





proporciones entre confeccionadas y no confeccionadas, aunque ganando cada vez más terreno las que cuentan con algún grado de elaboración.

En cuanto a los factores que determinan la compra de hortalizas y patatas, en opinión del mayorista, priman los aspectos relacionados con los beneficios para la salud sobre otros como las cualidades organolépticas, moda o publicidad, si bien en este último caso evalúan como muy positivos los esfuerzos dirigidos a la promoción para incentivar el consumo de este tipo de productos que aportan variedad a nuestra alimentación de la manera más saludable para nuestro organismo, tal y como nos recuerda, entre otras, la campaña de “5 al día” que se considera muy positiva para la divulgación de todas estas cualidades.

En este ámbito, cabe resaltar también la importante labor que se viene efectuando desde los distintos consejos reguladores de denominaciones de origen y de calidad diferenciada que cuidan al máximo sus estándares de calidad y presentaciones específicas.

El presente trabajo, coordinado y realizado por los técnicos de Mercasa que firman este artículo –José Luis Illescas y Olga Bacho–, se ha realizado con las mismas premisas y pretensiones que el efectuado anteriormente en el caso de las frutas y contando igualmente con la colaboración de varios expertos y especialistas en estos mercados, entre los que destacan especialmente José Antonio Sola y Jesús M^a Sola, gerentes y propietarios de La Milagresa, empresa mayorista ubicada en Mercairuña; Pablo Jiménez Gómez y Pablo Jiménez Jiménez, presidente y gerente respectivamente de la empresa Ibérica Patatas Naturales; de Mercamadrid, José Rubio, gerente de la empresa Almacenes Rubio S.A., ubicada en Santo Domingo de la Calzada (La Rioja), y Roberto Domínguez Ripollés, director general de Félix Palacios Roca, empresa que ejerce su actividad en Mercamadrid.

Con este esfuerzo común hemos elaborado las fichas de cada producto, que se recogen a continuación, y que responden a los siguientes criterios básicos:



CALENDARIOS DE COMERCIALIZACIÓN

- Distribución de productos por sus variedades más representativas, valorando su peso específico en cada uno de los meses del año. Se diferencia entre producto nacional e importaciones, si bien hay que aclarar que en algunos productos conviven ambas procedencias en el mercado durante muchos momentos, y el ejemplo más gráfico puede ser el de las manzanas.
- Estacionalidad de las ventas globales a lo largo del ejercicio.
- Principales zonas de procedencia.

FICHAS

- Principales zonas de producción nacional de cada uno de los productos.
- Pasado y presente de las variedades.
- Descripción y características de las variedades más representativas. Mejor época de consumo y formatos de presentación en la venta mayorista.
- Apuntes, notas y curiosidades relativas a cada uno de los productos.
- Cuota de mercado de la Red de Mercas y evolución del consumo y canales de venta al público, en función de los datos de la encuesta del Panel Alimentario elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Como información complementaria, se incluye también un cuadro en el que aparecen agrupadas, por usos comerciales en la Red de Mercas, las distintas subfamilias de frutas y verduras, con expresión del peso específico de cada una de ellas dentro del grupo, así como los distintos productos que las configuran (cuadro nº 1). ■

JOSÉ LUIS ILLESCAS

Jefe del Departamento de Seguimiento de Precios y Mercados
 Empresa Nacional Mercasa
 jillescasc@mercasa.es

OLGA BACHO

Técnica del Departamento de Seguimiento de Precios y Mercados
 Empresa Nacional Mercasa
 obacho@mercasa.es

CUADRO Nº 1

SUBFAMILIAS Y PRODUCTOS DE FRUTAS Y VERDURAS

FRUTAS	SUBFAMILIA	PRODUCTOS	
	CÍTRICOS (32,0 %)	NARANJA MANDARINA LIMÓN POMELO	
	SEMILLA (23,0%)	MANZANA PERA NÍSPERO MEMBRILLO	
	HUESO (12,5%)	MELOCOTÓN NECTARINA CIRUELA CEREZA Y PICOTA	
	TROPICALES (8,2%)	KIWI PIÑA AGUACATE CHIRIMOYA KAKI MANGO PAPAYA COCO, ETC.	
	PEQUEÑAS (7,2%)	UVA FRESA Y FRESÓN	
	OTRAS FRUTAS (17,1%)	MELÓN Y SANDÍA ESPECIALMENTE	
		HORTALIZAS Y PATATAS	PRODUCTOS
		HORTALIZAS DE FRUTO (31,3%)	TOMATE PIMIENTO CALABACÍN PEPINO BERENJENA CALABAZA
		TUBÉRCULOS (26,3%)	PATATA BONIATO BATATA
		HORTALIZAS DE HOJA (17,6%)	LECHUGA COL ACELGA APIO ESCAROLA ESPINACA BORRAJA BERRO, ETC.
BULBOS (8,7%)		CEBOLLA AJO PUERRO CALÇOT	
INFLORESCENCIAS (3,9%)		COLIFLOR ALCACHOFA BRÓCOLI O BRÉCOL	
HORTALIZAS DE RAÍZ (3,8%)		ZANAHORIA NABO RÁBANO REMOLACHA CHIRIVIA	
LEGUMINOSAS O SEMILLA (3,4%)		JUDÍA VERDE HABA VERDE GUISANTE	
SETAS (0,9%)		CHAMPIÑÓN NÍSCALO, SHII-TAKE, ETC.	
HORTALIZAS DE TALLO (0,6%)		ESPÁRRAGO ENDIBIA	
OTRAS VERDURAS (3,5%)	MAÍZ LAUREL, ETC.		