

## Cuestiones básicas sobre frutas y hortalizas

### ¿Cuántas? EXPLOTACIONES DE FRUTAS Y HORTALIZAS HAY EN ESPAÑA

#### Explotaciones frutícolas

Según el Censo Agrario de 1999 –último realizado hasta ahora– hay en España 271.150 explotaciones de frutales en total, con una superficie media de 3,47 hectáreas. De esta cifra, sólo el 2% tiene más de 40 UDE (unidades de dimensión económica).

Las superficies medias son muy superiores en los estratos de mayor dimensión económica: las explotaciones de más de 100 UDE tienen una SAU (superficie agraria utilizable) media de casi 100 hectáreas, las que tienen dimensión económica entre 60 y 100 UDE cuentan con una media de 34 hectáreas y las que tienen entre 40 y 60 UDE ostentan superficies medias de más de 22 hectáreas.

Únicamente 5.631 explotaciones tienen otra personalidad jurídica distinta a la de persona física, de las cuales un 20% tienen más de 40 UDE.

En total, las explotaciones frutícolas absorben 126.240 UTA (unidades de trabajo anuales), de las que el 59% es aportado por el titular de la explotación y su familia, el 11,1% por los asalariados fijos y el resto, el 30%, por los asalariados eventuales.

Únicamente el 11,4% de los titulares dedican a la explotación más del 50% de su tiempo y sólo 6.370 le dedican todo su tiempo de trabajo.

Únicamente en el 22,6% de las explotaciones el titular tiene menos de 45 años y en el 34% está por encima de la edad de jubilación.

#### Explotaciones hortícolas

En el Censo Agrario de 1999 había 71.757 explotaciones cuya Orientación Técnica Económica eran las hortalizas y las flores, de las que casi el 45% se encontraba en Andalucía. De ellas sólo 3.428 tenían una personalidad jurídica distinta de la de persona física; en este



pequeño grupo se encuentra la mayor parte de las “agrofactorías vegetales”.

El número de explotaciones es inferior a la mitad del registrado en 1982 (144.238) y sensiblemente más bajo del de 1989 (101.129). La evolución ha sido muy distinta en las comunidades autónomas, por ejemplo en Andalucía apenas ha descendido. Este hecho es acorde con el crecimiento de la superficie intensiva dedicada a estos cultivos y, en especial, con el crecimiento de los invernaderos. Hay que tener en cuenta que esta es una de las pocas actividades agrarias en las que existe una incorporación significativa de jóvenes al sector agrario. El 36,4% de los agricultores tienen menos de 45 años.

Del conjunto de las explotaciones sólo el 6,2% tienen una dimensión económica superior a 40 UDE (unidad de dimensión económica), pero este porcentaje es del 47% entre las que tienen otra personalidad jurídica distinta a la de persona física.

La dimensión media de estas explotaciones es de 3,37 hectáreas, aunque el estrato de mayor dimensión económica tiene una dimensión media de 68,34 hectáreas. Hay que tener en cuenta que la superficie de la horticultura intensiva, especialmente si es de invernadero, no puede compararse con la de ningún otro cultivo.

El 38% de los titulares se dedican al 100% a su explotación y el 50,7% más del 50%. La profesionalización es mayor en Andalucía, Canarias y Murcia. Un 75% de las explotaciones cuentan con el trabajo del cónyuge u otros miembros de la familia del titular.

El subsector proporciona 144.327 UTA (unidades de trabajo año), de las que el 42,5% es aportado por la familia, el 18,5% por asalariados fijos y el 39% por asalariados eventuales. En la última década ha subido proporcionalmente el empleo asalariado, tanto el fijo como el eventual, y ha bajado el empleo familiar.

¿Cómo se?

**ESTRUCTURA EL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS**

Según los datos del Ministerio de Agricultura, en el sector de las frutas y hortalizas alternan una gran mayoría de pequeñas explotaciones y unas pocas unidades de producción de gran tamaño (conocidas como “agrofactorías vegetales”), que integran la producción agraria y la comercialización de los productos.

En este sector, hay 1,2 millones de explotaciones agrícolas y el empleo que generan en su conjunto incluye a 450.000 personas, a las que hay que añadir otras 150.000 personas que realizan labores de manipulación y envasado de la producción hortofrutícola.

Con carácter general, el sector productivo se organiza económicamente en torno a las cooperativas y a las Sociedades Agrarias de Transformación (SAT) u otro tipo de sociedades como las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH).

El desarrollo de las cooperativas no es demasiado alto, aunque la figura de las OPFH ha permitido cierta concentración de la oferta en prácticamente todos los subsectores.

A este respecto, numerosas cooperativas y SAT implican al productor en una serie de tareas de la cadena de valor, ya que no se dedican únicamente a la venta de los productos de sus asociados, sino que realizan actividades de almacenamiento, manipulación, transformación y marketing (marcas, distribución, publicidad, promoción, etc.). Algunas de ellas incluso han llegado a crear puestos de venta dentro de la red de MERCAS (mercados mayoristas).

Tradicionalmente, la venta de frutas y hortalizas en origen a través de alhóndigas ha tenido una importancia destacable, especialmente en algunas zonas geográficas de gran peso en la producción, aunque con el paso del tiempo esta forma de comercializar la producción ha ido cediendo terreno a otras fórmulas asociativas que permiten al productor la incorporación de un mayor valor añadido en paralelo a una mayor integración vertical de la cadena.



¿Qué son?

**LOS CONTRATOS TIPO**



El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación aplica una serie de medidas encaminadas a ordenar las transacciones de productos agroalimentarios con el objetivo de que esto suponga un paso decisivo para conseguir una situación estable de los mercados de los productos agroalimentarios. Concretamente, la contratación realizada antes de la siembra o del comienzo del ciclo de producción permite adaptar las producciones, en cantidad y calidad, a las demandas de los mercados nacionales y

extranjeros, mejorando a su vez la transparencia de las operaciones y la competencia del mercado.

Con esta idea se viene desarrollando y aplicando la normativa legal que desarrolla la ley sobre contratación de productos agroalimentarios, que establece los principios que han de regular las relaciones contractuales entre productores, transformadores y comercializadores, siempre que todas las partes sometan sus acuerdos a la homologación del MAPA para obtener su reconocimiento y garantía con la que poder acogerse a las ayudas correspondientes.

Los objetivos de estos contratos son: ordenar las transacciones mediante la correspondiente fijación de las condiciones de suministro; establecer las garantías necesarias para el mutuo cumplimiento de las obligaciones contraídas; fomentar una situación estable de los mercados, adaptando las producciones, en cantidad y calidad, a las demandas interior y exterior; mejorar la transparencia de las transacciones y la competencia del mercado.

El ámbito del contrato tipo es nacional y la duración del mismo es normalmente anual o por campaña de producción, si bien los hay que son plurianuales.

Pueden ser objeto de este tipo de contrato todos los productos agroalimentarios, si bien se establece que sólo puede haber un contrato-tipo agroalimentario por producto y destino.

En los contratos tipo deben constar, como mínimo, la identificación de las partes contratantes; el plazo de vigencia del contrato, el objeto del contrato tipo, definiendo claramente el productor, la cantidad, la calidad, la presentación y el calendario y lugar de entrega; los precios y condiciones de pago; la forma de resolver las controversias en la interpretación o ejecución del contrato y las facultades de la Comisión de Seguimiento.

Los solicitantes (organizaciones del sector o la propia interprofesional) deberán aportar una solicitud de homologación firmada por todas las partes y dirigir toda la documentación al MAPA.

¿Cuáles son?

## LAS NORMAS BÁSICAS QUE REGULAN EL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS

La producción de frutas y hortalizas se encuentra muy regulada como consecuencia, fundamentalmente, de las normas derivadas de la Política Agraria Común (PAC).

Asimismo, por tratarse de producción agrícola para el consumo son muchas las normas en materia de asociacionismo e inspección y control de calidad.

Como en el resto de productos bajo el ámbito de la PAC, la Organización Común de Mercado (OCM) en este sector engloba el conjunto de disposiciones y reglas europeas que se aplican a los diferentes mercados de manera que se alcancen los objetivos de la PAC (orientar la producción agrícola y garantizar una renta estable a los agricultores y un suministro continuo a los consumidores).

Estas disposiciones se encuentran recogidas básicamente en el Reglamento (CE) nº 2200/1996 del Consejo, de 28 de octubre, por el que se establece la OCM en el sector de las frutas y hortalizas.

Este reglamento ha sido reformado por el Reglamento (CE) nº 2699/2000 del Consejo, de 4 de diciembre de 2000 (que sustituye el doble límite máximo para la ayuda comunitaria a los fondos operativos de las organizaciones de productores por un límite único del valor de la producción); el Reglamento (CE) nº 911/2001 de la Comisión (se añaden los champiñones a la lista de productos del anexo 1); el Reglamento nº 1881/2002 del Consejo (comienzo del periodo transitorio para el reconocimiento de organizaciones de productores) y el Reglamento 47/2003 de la Comisión.

En el Reglamento de 1996, en sus artículos 2 al 10, se adopta una clasificación de acuerdo con un sistema de normas para las frutas y hortalizas frescas, que se aplican desde la producción en todas las fases de comercialización, salvo algunas excepciones.

Estas normas se refieren a la clasificación de los productos para su venta, entrega o comercialización y versan sobre el peso, variedad, origen, categoría, etc. (etiquetado y documentos de acompañamiento).

Entre otras cosas, en esa normativa se establece que los productos en relación con los que se hayan adoptado normas sólo podrán ser importados o exportados de o a terceros países si se ajustan a dichas normas.



### Normas de comercialización

Por otra parte, el Reglamento (CE) nº 1148/2001 de la Comisión, de 12 de junio de 2001, sobre los controles de conformidad con las normas de comercialización aplicables en el sector de las frutas y hortalizas frescas (DOCE L 156 de 13.06.2001), establece que los Estados miembros deberán realizar los controles por muestreo de la conformidad de los productos hortofrutícolas con las normas de comercialización previstas en Reglamento CE 2200/96, tanto para el consumo interior como para la exportación e importación, y en todas las fases de comercialización, incluido el transporte, así como frecuencia de control, que será mayor en los agentes económicos cuya actividad incluya el envasado y embalaje.

Cada Estado deberá designar un organismo encargado de esta función y la creación de una base de datos de los agentes económicos que participen en la comercialización del sector de frutas y hortalizas.

En España, se ha designado a la Subdirección General de Control, Inspección y Normalización del Comercio Exterior como órgano encargado de velar por el cumplimiento de las Normas Comunes de Comercialización.

Además de éstas, algunas comunidades autónomas (como Murcia y la Comunidad Valenciana, por ejemplo) han adoptado disposiciones en virtud del Reglamento (CE) nº 1148/2001.

## NORMAS DE CALIDAD Y TRAZABILIDAD

El sector de las frutas y hortalizas se rige por una amplia serie de normas que regulan el control de calidad y la normalización para la presentación de los productos en el mercado. La principal es el Reglamento (CE) 1148/01, de 12 de junio (DOCE L 156, de 13 de junio), sobre los controles de conformidad con las normas de comercialización aplicables en el sector de las frutas y hortalizas frescas, que ha sido modificado en varias ocasiones

(Reglamento (CE) 2379/01 y Reglamento (CE) 408/03). Además, el sector también está regulado por el Reglamento (CE) 2200/96, de 28 de octubre (DOCE L 297, de 21 de noviembre), por el que se establece la organización común de mercados en el sector de las frutas y hortalizas.

Asimismo, las frutas y hortalizas se están incorporando progresivamente a la trazabilidad, que conlleva un control riguroso de los productos desde origen a destino.





## LA IMPORTANCIA DE LAS COOPERATIVAS

**E**l cooperativismo agrario ha estado desde sus orígenes ligado al sector de las frutas y hortalizas. Por número de entidades, después de las cooperativas oleícolas, las de frutas y hortalizas son las más numerosas y representan aproximadamente el 15% de todas las entidades asociativas agrarias (cooperativas agrarias y SAT).

Sin embargo, si tenemos en cuenta su facturación, las dedicadas al sector hortofrutícola son las que ocupan el primer lugar, con un volumen que supera los 3.600 millones de euros (la facturación total de las cooperativas agrarias en el año 2001 ascendía a unos 12.000 millones de euros).

Mientras en los últimos años se ha constatado una disminución del número total de cooperativas (principalmente debido a los procesos de fusión y concentración que han ido sufriendo), también se ha podido comprobar que el número de entidades cooperativas ha aumentado en regiones con claro predominio del sector hortofrutícola, como consecuencia de la puesta en marcha de la nueva Organización Común de Mercado (OCM) del sector, en la que se potencia la figura de las Organizaciones de Productores.

En este sentido, con los datos en la mano se puede constatar que más de la mitad de las entidades asociativas agrarias que existen actualmente en España están ubicadas en las comunidades mediterráneas (Andalucía, Comunidad Valenciana, Murcia y Cataluña).

## ¿Qué es?

## UNA ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL

A efectos de la Ley 38/1994, se entiende por Organización Interprofesional Agroalimentaria la constituida por organizaciones representativas de los empresarios de la producción, de la transformación y de la comercialización de un sector o un producto incluido dentro del sistema agroalimentario.

El reconocimiento lo concede el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, que es también el que lleva el registro de las organizaciones interprofesionales existentes en España.

De acuerdo con la normativa, sólo se podrá reconocer una Organización Interprofesional Agroalimentaria por sector o productos, si bien la ley reguladora considera una serie de excepciones para productos con mercados específicos o distintos diferenciados, así como también para aquellos que están amparados por denominaciones de origen o indicaciones de calidad.

Los objetivos de una organización interprofesional son: mejorar la transparencia y eficiencia de los mercados; mejorar la calidad de los productos y los procesos; realizar o promover investigación y desarrollo; promocionar los productos; mejorar la información a los consumidores; desarrollar acciones de mejora medioambiental y realizar actuaciones que permitan la adaptación de la oferta a la demanda y elaborar los contratos tipo compatibles con la normativa comunitaria (disposición adicional segunda de la Ley 2/2000 de 7 de enero, reguladora de los contratos tipo de productos agroalimentarios). No obstante, la ley reconoce que no tiene por qué constituirse para cumplir todos los objetivos sino sólo para alguno de ellos. Para ser reconocida oficialmente, la Organización Interprofesional deberá tener una representatividad mínima del 35% en todas y cada una de las ramas de activi-



dad que la integran. Esta representatividad se determinará mediante criterios objetivos de carácter técnico-económico, de acuerdo con un baremo establecido por la interprofesional con la aprobación del Departamento.

Las Organizaciones Interprofesionales actúan tomando acuerdos obligato-

rios para sus miembros, pero disponen además de un mecanismo denominado extensión de normas, mediante el cual esos acuerdos de la Organización Interprofesional pueden hacerse obligatorios a todos los productores y operadores del sector o producto en cuestión, mediante orden del Departamento, después de un procedimiento previsto por la ley.

Las materias para las que se pueden tomar acuerdos de extensión de norma son: la calidad de los productos; la protección del medio; la información y el conocimiento de los mercados; las acciones de promoción; la investigación, el desarrollo e innovación tecnológica.

En el caso de las frutas y hortalizas, al igual que en el de otras producciones, los reglamentos comunitarios que regulan interprofesionales incluyen también la posibilidad de extensión a los contratos-tipo.

Para que el acuerdo de una interprofesional pueda extenderse a todo su sector tiene que contar con el respaldo de al menos el 50% de los productores y operadores del mismo y de las 2/3 partes de las producciones afectadas.

Dentro del sector de las frutas y hortalizas están reconocidas las siguientes organizaciones interprofesionales: AIPEMA (Asociación Interprofesional de Pera y Manzana), INTERCITRUS (Interprofesional Citrícola Española), OIAH (Organización Interprofesional Agroalimentaria del Higo Seco y Derivados) y AILIMPO (Asociación Interprofesional del Limón y del Pomelo).

¿Qué es?

UNA OPFH

El sector hortofrutícola se encuentra en proceso de paulatina concentración, en línea con el objetivo de la Organización Común de Mercado (OCM) de frutas y hortalizas de fomentar el asociacionismo agrario entre los productores.

Esto se va consiguiendo a través de figuras como las Organizaciones Profesionales de Frutas y Hortalizas (OPFH) y de otras formas de asociación contempladas en la legislación española (sociedades agrarias de transformación, cooperativas, etc.).

El Reglamento CE 2200/96 del Consejo, de 23 de octubre de 1996, establece los requisitos que las OPFH deben reunir para poder ser reconocidas por los Estados miembros.

En su artículo primero se establece que podrán ser reconocidas como tales cuya fórmula jurídica sea la de cooperativa, la de sociedad agraria de transformación (SAT), la sociedad mercantil u otro tipo de entidad con personalidad jurídica, constituidas por productores de frutas y hortalizas o entidades que los agrupen, a iniciativa propia, que así lo soliciten de la autoridad competente.

En la normativa se define claramente las funciones de una OPFH, los requisitos que se deben cumplir para poder ser reconocida como tal y también a quién compete su reconocimiento (a la Administración autonómica o central).

A mediados del pasado año 2003, la Comisión presentó un anteproyecto para modificar el Reglamento CE 2200/96, en lo referente a Gestión de Fondos y Programas Operativos y reconocimiento de OPFH. Las modificaciones no fueron bien acogidas por el sector productor español.

En la actualidad existen 630 OPFH, que representan en torno al 50% de la producción del sector. De éstas, algo más de 130 son de productos cítricos, más de 80 del resto de las frutas, más de 15 para productos en transformación, más de 40 de hortalizas y el resto de frutas y hortalizas.

Las comunidades autónomas en las que hay mayor presencia de OPFH son Comunidad Valenciana, Andalucía, Murcia y Cataluña. Por el contrario, Castilla y León es la región que cuenta con menos organizaciones de este tipo.

Estas organizaciones, además de recopilar la producción, realizan diversos tipos de manipulación de los productos, tratamiento, transformación y almacenamiento.

Al igual que los agricultores a título individual, las OPFH venden su producción bien a intermediarios, sea directamente o a través de las correspondientes alhóndigas, a distribuidores mayoristas, centrales de compra y distribuidores minoristas (cadenas de súper e hipermercados).



¿Qué es?

UNA SAT

Las Sociedades Agrarias de Transformación (SAT), reguladas en el Real Decreto 1776/1981, de 3 de agosto, y en la Orden de desarrollo de 14 de septiembre de 1982, son sociedades civiles de finalidad económico-social en orden a la producción, transformación y comercialización de productos agrícolas, ganaderos o forestales, la realización de mejoras en el medio rural, promoción y desarrollo agrarios y la prestación de servicios comunes que sirvan a aquella finalidad.

Pueden promover la constitución de una SAT, con un mínimo de 3 socios, los titulares de explotaciones agrarias y trabajadores agrícolas, así como las personas jurídicas distintas de las anteriores que persigan fines agrarios, pero no en número superior a los restantes. Los socios están obligados a participar en las actividades de la SAT en los términos previstos en sus estatutos sociales.

El capital social de las SAT está constituido por las aportaciones realizadas por los socios que participarán en los beneficios de la SAT en proporción a su participación. No obstante, cada socio dispone de un voto, aunque los estatutos podrán establecer que para la adopción de acuerdos sociales que entrañen obligaciones económicas, el número de votos de cada socio corresponda a su participación en relación con el capital social.





¿Qué es?

## UNA ALHÓNDIGA

pueblos en épocas de guerra o epidemias.

Las alhóndigas se han ido transformando con el paso de los siglos. Ahora son centros en los que cualquier agricultor, sin necesidad de estar asociado, puede comercializar sus productos sin ningún tipo de restricción en cuanto a cantidades, calidades, especies o variedades.

La venta se realiza mediante el sistema de subasta a la baja frente a un número reducido de compradores, pudiendo el agricultor parar la subasta y retirar el producto si no le interesa el precio. La alhóndiga paga en el momento de la entrega de mercancía y asume el riesgo de crédito con el comprador.

Como parte del proceso de modernización de las alhóndigas, existe una tendencia a la prestación de servicios adicionales, incorporándose a las zonas de subasta la manipulación, preparación y almacenamiento a temperatura controlada del producto.

Asimismo, se está tendiendo al establecimiento de mayores vínculos con la

producción de manera que algunas alhóndigas son también productoras de, al menos, una parte del producto que comercializan. Incluso en algunos casos integran también actividades logísticas y de comercialización y entrega del producto a los centros de distribución de cadenas de supermercados, fundamentalmente europeas.

El ejemplo más estructurado y en plena actividad de las alhóndigas en nuestros días lo encontramos en la Asociación de Empresarios Comercializadores de Productos Hortofrutícolas de la Provincia de Almería (Ecohal).

El espectacular crecimiento del sector hortofrutícola en nuestro país y la aprobación de la nueva Organización Común de Mercado de Frutas y Hortalizas exigen cambios en el sistema productivo y comercializador y obliga a la venta de productos perfectamente normalizados. Por ello, ahora el caballo de batalla de estos centros es la normalización y tipificación del producto subastado.

**H**ablar de la alhóndiga es hablar de la historia de España y de toda una forma de vida que, en gran parte, sigue perviviendo en nuestros días. La palabra alhóndiga deriva del árabe y significa casa pública destinada al depósito, compra y venta fundamentalmente de trigo, pero también de otras mercancías.

Estas antiquísimas instalaciones tuvieron una importancia crucial durante algunas épocas históricas, pues el almacenaje de alimentos supuso la supervivencia de cientos de habitantes de los



¿Qué son?

## LAS CENTRALES DE COMPRA

**E**ntre las diferentes formas de distribución de frutas y hortalizas que se dan en España están las centrales de compra.

Éstas se pueden definir como agrupaciones de comerciantes constituidas con el fin de convertirse en interlocutores con capacidad de negociación frente a otros operadores del mercado. Más en concreto, las centrales de compra se conciben como entidades que reúnen un número variable de empresas de distribución (generalmente cadenas de supermercados independientes) con el fin de obtener mejores condiciones de los proveedores.

¿Qué son?

## LOS INTERMEDIARIOS EN ORIGEN

**L**os intermediarios en origen son personas o entidades que, como su nombre indica hacen labores de intermediación entre el productor o la alhóndiga y el mercado mayorista. Su papel sigue siendo importante en muchas zonas productoras, sobre todo en el litoral mediterráneo.

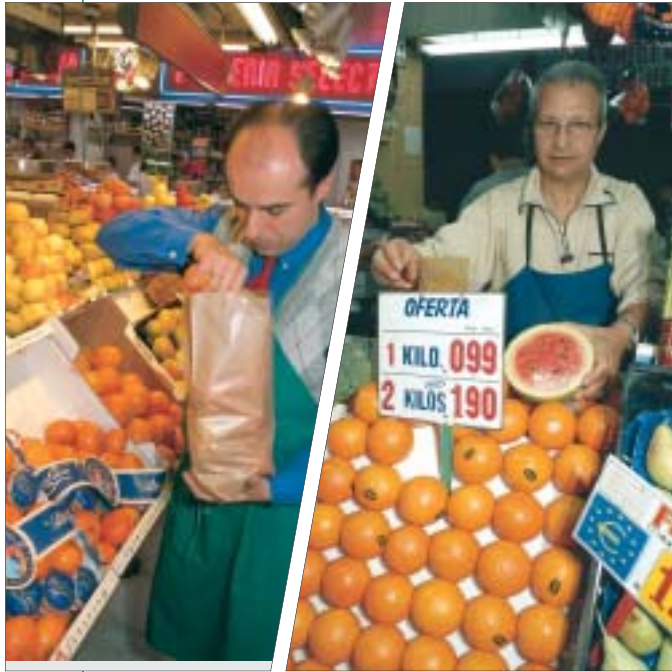
En ocasiones, los intermediarios han sido culpados por el sector productor de ser los causantes de las subidas de los productos frescos e incluso el Servicio de Defensa de la Competencia ha abierto contra ellos investigaciones.

En todo caso, hay que tener en cuenta que los costes de transporte y manipulación que soporta el intermediario son fijos y que, por tanto, no están supeditados a las oscilaciones de los precios en ori-



¿Cómo?

## FUNCIONA LA DISTRIBUCIÓN MINORISTA DE FRUTAS Y HORTALIZAS



Los cambios en la distribución minorista española en las últimas décadas han configurado un escenario básico en el que conviven las grandes empresas de hipermercados –con una fuerte concentración empresarial–, las cadenas de supermercados, que lideran en su conjunto esta actividad, y el pequeño comercio especializado tradicional, que está teniendo un comportamiento dual: de una parte, va perdiendo protagonismo en términos generales, pero también mantiene segmentos importantes de mercado con un notable esfuerzo de modernización y especialización. En este último caso se encuentra en gran medida el comercio especializado tradicional de fru-

tas y hortalizas frescas, que sigue liderando este mercado y está sabiendo aguantar con firmeza la fuerte presión de la competencia de los súper e hipermercados. Así, el comercio especializado tradicional –en gran medida integrado dentro de los mercados minoristas municipales, los clásicos mercados de abastos– mantiene cuotas de mercado del 46% en frutas frescas y el 42% en hortalizas frescas, frente a porcentajes próximos al 30% para los supermercados y el 10% en los hipermercados. A destacar también la importancia del autoconsumo –que llega casi al 11% en hortalizas y el 5% en frutas– y los mercadillos callejeros, con porcentajes en torno al 6% en ambos casos.



## FRUTAS Y HORTALIZAS ESPAÑOLAS EN EL MUNDO

Las frutas y hortalizas siempre han sido un sector con clara vocación exportadora. Las ventas al exterior crecen de año en año y ya suponen en torno al 7% del valor total de las ventas totales.

En el año 2003, la exportación de frutas y hortalizas aumentó un 6% en valor y un 1% en volumen, alcanzado un total de 7.300 millones de euros y 9,2 millones de toneladas.

De los 3,7 millones de toneladas de hortalizas que se exportaron en el año 2003, más de 3,4 millones fueron a parar a los mercados comunitarios. Los países que más compran son Alemania, Reino Unido, Francia, los Países Bajos y Portugal.

Por productos, destacan las ventas de tomates (el 26% del total), de lechugas (12%) y de pimientos (11%).

En cuanto a las frutas, en el pasado año se exportaron un total de 5,54 millones de toneladas, de los que 4,66 millones fueron a parar a los mercados de la Unión Europea y el resto a otros destinos.

En este sector volvieron a destacar como principales países importadores los mismos que en el caso de las hortalizas, si bien Francia ocupa aquí el segundo lugar muy próximo a Alemania.

Los cítricos son con mucha diferencia el producto más demandado fuera, representando casi al 65% de todas las ventas. Además de estas frutas, también se exporta en grandes cantidades melones y sandías (que aunque son hortalizas se contabilizan a efectos estadísticos con las frutas), melocotones y nectarinas.

En origen, la producción exportable de España sigue concentrándose en muy pocas comunidades autónomas. Concretamente, la Comunidad Valenciana, Andalucía y Murcia representan más del 87% de la exportación total nacional.

Además de éstas, también destacan por sus exportaciones Canarias (que tiene en el plátano y en el tomate sus dos motores) y Cataluña.

Aunque las ventas a la Unión Europea no van a menos, sí se está observando en los últimos años un cierto estancamiento, que se ve compensado por el crecimiento de las exportaciones a países terceros.

Con la ampliación de la UE a 10 nuevos Estados miembros, se abren muchas posibilidades a las exportaciones hortofrutícolas españolas.

## ¿QUÉ PARTE DE LA PRODUCCIÓN ES ECOLÓGICA?

Si bien es cierto que las frutas y hortalizas procedentes de la agricultura ecológica van en aumento de año en año, también lo es que si comparamos la superficie cultivada con el total nacional, los resultados son todavía muy limitados.

De las más de 400.000 hectáreas que se dedican a la producción de hortalizas en España, sólo 3.800 son ecológicas, según los datos proporcionados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) referidos al año 2003, que incluyen también la producción dedicada al cultivo de patata.

Por comunidades autónomas, los que llevan la delantera y con mucha diferencia son los andaluces, que tienen ya más de 1.400 hectáreas en este tipo de producción. También ocupan los primeros puestos Murcia (con más de 847 hectáreas), Canarias (con 188) y La Rioja (con 165).

Por su parte, el cultivo de frutales ecológicos ocupa ya 3.438 hectáreas y en este caso es Extremadura la región en la que este método de producción está más extendido, ya que cuentan con una superficie total de 1.213 hectáreas.

Otras comunidades en las que la presencia de frutales ecológicos es representativa son Andalucía (con 436 hectáreas), la Comunidad Valenciana (con 402), Murcia (con 383) y Aragón (con 178).

Al cultivo de frutales ecológicos hay que añadir la superficie dedicada a los cítricos, que según datos del MAPA supera ya las 1.382 hectáreas, y la dedicada a plataneras y cultivos subtropicales, que ya sobrepasa las 562 hectáreas.

En el caso de los cítricos, sólo seis comunidades autónomas tienen producción: Andalucía (con 994 hectáreas), Comunidad Valenciana (231), Murcia (87), Baleares (37), Canarias (26) y Cataluña (8).

En cuanto a las plataneras y otros cultivos subtropicales, Andalucía (con más de 463 hectáreas), Canarias, Cataluña y Extremadura son las regiones que tienen producción.



## FRUTAS Y HORTALIZAS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN Y CALIDAD DIFERENCIADA



Las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) y las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) son dos marcas que reconoce la Comisión Europea y que amparan producciones agroalimentarias que proceden de un determinado lugar y que tienen un alto nivel de calidad que las diferencia.

Desde la incorporación de España a la Unión Europea, el sector de las frutas y hortalizas fue uno de los que más pronto se interesó por este tipo de distinciones, que entre otras ventajas ofrecen al productor un mejor precio por sus cosechas.

La primera producción hortícola que se inscribió en los registros comunitarios de marcas de calidad reconocida fue el Pimiento de Piquillo de Lodosa y la primera fruta con denominación fue la Uva de Vinalopó.

Actualmente, dentro del grupo de las frutas se incluyen: Cerezas del Valle del Jerte (Extremadura), Cerezas de la Montaña de Alicante (Comunidad Valenciana), Chirimoya de la Costa Tropical de Granada y Málaga (Andalucía), Cítricos Valencianos (Comunidad Valenciana), Clementinas de las Tierras del Ebro (Cataluña), Kaki Ribera del Xuquer (Comunidad

Valenciana), Manzana de Girona (Cataluña), Manzana Reineta del Bierzo (Castilla y León), Melocotón de Calanda (Aragón), Nísperos Callosa d'en Sarriá (Comunidad Valenciana); Pasas de Málaga (Andalucía), Peras de Jumilla (Región de Murcia), Peras Rincón de Soto (La Rioja) y Uva Embolsada de Vinalopó (Comunidad Valenciana).

En cuanto a las hortalizas, están las siguientes: Alcachofas de Benicarló (Comunidad Valenciana), Alcachofa de Tudela (Navarra), Berenjena de Almagro (Castilla-La Mancha), Calçot de Valls (Cataluña), Coliflor de Calahorra (La Rioja), Espárrago de Navarra (Navarra y Aragón), Espárrago de Huétor-Tajar (Andalucía), Pimiento Asado del Bierzo (Castilla y León), Pimiento de Piquillo de Lodosa (Navarra) y Pimiento Riojano (La Rioja).

Asimismo, aunque no sean hortalizas sino tubérculos, también están amparadas por una Indicación Geográfica Protegida las Patatas de Galicia y las Patatas de Prades (Cataluña).

En total 10 hortalizas, 2 tubérculos y 14 frutas, a las que se irán incorporando muchas producciones más en los próximos años.



## UN MERCADO CON MUCHAS GANAS

La diversificación creciente de la oferta y los nuevos hábitos de la demanda han ido enriqueciendo la presentación de las frutas y hortalizas frescas, que hoy cuentan ya con una amplia presencia de "gamas".

La primera gama es la fruta u hortaliza presentada de la forma tradicional para su consumo en fresco. La segunda gama es el producto presentado en conserva, forma de comercialización que se emplea más entre las hortalizas que entre las frutas.

La tercera gama corresponde a los productos congelados (también más utilizados para hortalizas que para frutas).

La cuarta gama son los productos preparados, pero frescos y naturales. Cuarta gama es un término muy utilizado a nivel de transformación y hostelería, pero generalmente menos conocido para el consumidor.

Se entiende por cuarta gama el procesado de hortalizas y frutas frescas limpias, troceadas y envasadas para su consumo. El producto mantiene sus propiedades naturales y frescas, pero con la diferencia de que ya viene lavado, troceado y envasado. Tiene una fecha de caducidad de entre 7 y 10 días y después de esa fecha no es recomendable su consumo.

Las frutas y hortalizas destinadas a cuarta gama se suelen envasar en bandejas o bolsas especiales, tras unos estudios rigurosos de calidad y selección.

Los productos de cuarta gama se empezaron a introducir en los años 80, pero todavía no están muy implantados porque el consumidor no está muy familiarizado con ellos.

A pesar de ello, ya se ha empezado a lanzar la quinta gama: hortalizas frescas sometidas a cocido y envasado, sin colorantes ni conservantes, que tienen una vida de unos 2 o 3 meses y cuyo consumo se facilita aún más, si bien los precios resultan más elevados.

## HÁBITOS DE CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS

### Hortalizas frescas

En España, el consumo de hortalizas varía mucho de una comunidad autónoma a otra. En general, son los catalanes, los valencianos y los aragoneses quienes presentan niveles de consumo más elevados, mientras que en el extremo opuesto aparecen los cántabros, los riojanos y los gallegos. Estos últimos, de todas maneras, son quienes más coles consumen dentro de España. Cada zona parece tener sus hortalizas preferidas. Así, en Cataluña es donde más tomates se comen, mientras que los pimientos son muy consumidos en Baleares y los pepinos en la Comunidad Valenciana.

Atendiendo al perfil de los consumidores, se observa que entre las personas de mayor edad, entre aquellos que viven solos y entre las amas de casa de más de 65 años y las que no trabajan fuera del hogar los niveles de consumo tienden a ser más elevados, mientras que los más jóvenes, vivan o no en pareja y tengan o no niños pequeños, presentan una muy baja demanda de hortalizas. Por lo que hace referencia al núcleo de población es en los pueblos pequeños y en las grandes ciudades donde aumentan los consumos, mientras que se restringen en los núcleos intermedios, en especial en los que tienen una población entre 2.000 y 10.000 habitantes.

Los países que presentan unos mayores niveles de consumo de hortalizas son los Emiratos Árabes Unidos, seguidos de cerca por Líbano, China, Libia, Corea y Turquía. Dentro de la Unión Europea, los griegos son los más aficionados a las hortalizas. A bastante distancia aparecen los portugueses, los italianos y los españoles. Cierran esta relación los habitantes de Noruega, Finlandia, Suecia, Irlanda y Holanda.

### Frutas frescas

Es en Navarra, Castilla y León y Cataluña donde se registran los mayores consumos de fruta, mientras que los niveles más bajos aparecen en Canarias, Murcia y Cantabria. Un canario apenas consume la mitad de fruta que un navarro, con la excepción del plátano, donde Canarias presenta un alto consumo.

Son los habitantes de las grandes ciudades, junto a los de los pueblos más pequeños, los que más frutas comen. Las personas que viven solas, los hogares sin niños o aquellos donde el ama de casa no trabaja fuera del hogar presentan grados de consumo de fruta que llegan a más del doble de los que se registran entre los consumidores más jóvenes. Se trata, como en el caso de las hortalizas, de productos asociados a los gru-



pos de edad más avanzada, lo que introduce un elemento preocupante sobre su evolución futura.

Son los habitantes de la isla Martinica las personas que más fruta consumen, seguidos por los de Belice, Bahamas, Uganda y Papúa Nueva Guinea. Dentro de nuestro entorno, los griegos presentan los índices de consumo más elevados. A continuación aparecen los italianos, los portugueses y los holandeses. España ocupa un discreto sexto puesto dentro de la Unión Europea, por delante de países como Bélgica, Finlandia y Dinamarca.

### Productos vegetales congelados

En Andalucía, Cataluña y Cantabria se registran los mayores consumos de productos vegetales congelados, mientras que en el extremo opuesto aparecen Castilla y León, Canarias y Extremadura. Las patatas congeladas son más demandadas por los asturianos, andaluces y catalanes, pero su consumo disminuye de forma significativa entre los navarros, canarios y gallegos. Parece existir una correspondencia entre el tamaño del núcleo de población y el consumo de productos vegetales congelados, ya que cuanto mayor es la ciudad, mayores son los niveles de consumo de estos productos entre sus habitantes. Por el contrario, la relación entre tamaño de las familias y consumo de vegetales congelados es inversa; en las familias más grandes se consumen menos vegetales congelados. Los hogares sin niños son más aficionados a la compra de productos vegetales congelados, con excepción de las patatas, más consumidas en los hogares con niños entre 6 y 15 años. Las amas de casa más jóvenes son las que más productos vegetales congelados adquieren.

### Conservas vegetales

Los madrileños son los más aficionados a las conservas vegetales, seguidos por los valencianos y los aragoneses. En el otro extremo aparecen los gallegos, extremeños y castellano-leoneses. Es entre los habitantes de las grandes ciudades donde se registran los consumos más elevados, mientras que en los núcleos entre 2.000 y 10.000 habitantes la demanda es muy restringida. Las personas que viven solas y las familias con niños menores de 6 años presentan muy bajos niveles de consumo de conservas vegetales, así como las amas de casa mayores de 65 años. Son los más jóvenes, junto a las amas de casa entre 35 y 49 años, los que más aficionados se muestran ante estos productos.

## TENDENCIAS DE FUTURO EN EL MERCADO DE FRUTAS Y HORTALIZAS

**T**odo parece indicar que la demanda de frutas y hortalizas tenderá a crecer ligeramente en los próximos años. De hecho, el actual nivel de consumo no está acorde con la excelente oferta disponible. De los niveles de consumo son, pues, significativas.



Las campañas de promoción, las recomendaciones sobre sus efectos positivos para la salud, etc., han comenzado a surtir efecto. Hay algunos casos típicos en ese sentido. Por ejemplo, el kiwi es una de las frutas que presenta unas tasas de crecimiento más significativas en los últimos años y todo indica que esa tendencia se ha producido, en buena medida, gracias a sus buenos efectos para la salud. En otros casos, los aumentos de consumo parecen haber venido por los avances en los cultivos. Así, las fresas y fresas han conseguido, gracias a su cultivo en invernadero, dejar de ser una fruta de estación y prolongar su presencia en los mercados, con unos precios muy competitivos. En otras ocasiones se ha tratado de la diversificación de las ofertas, con nuevas variedades que permiten proponer nuevos sabores y texturas.

De todas formas, no todos los datos son tan positivos. Las estadísticas de consumo muestran la existencia de una grave desigualdad en los niveles de demandas de frutas y hortalizas. Sobre todo en el caso de los productos frescos, el consumo se concentra en la población más adulta, mientras que los más jóvenes presentan unos niveles de consumo mucho más bajos. Si esa tendencia continúa, los buenos augurios actuales podrían venirse abajo y asistiríamos a una nueva disminución de la demanda en los próximos años.

La evolución resulta claramente positiva en algunos productos, en concreto, en algunas presentaciones determinadas. Es lo que ocurre con la denominada cuarta gama, en la que se engloban los productos mínimamente procesados y listos para consumir. Se trata de productos frescos,

troceados, lavados, envasados o embolsados en atmósfera modificada, con fechas de caducidad de corto plazo (5-15 días), sin aditivos ni conservantes y que deben mantenerse a menudo a temperatura de refrigeración.

Son productos de fácil y rápido uso, limpios y con todas las propiedades de

los productos frescos tradicionales. Los consumidores urbanos entre 20 y 50 años, de unidades familiares pequeñas, con nivel económico medio-alto parecen ser los destinatarios más directos de este tipo de productos.

También los productos de quinta gama, envasados al vacío, con tratamiento térmico de pasteurización y mantenimiento de la cadena de frío están incrementando sus niveles de venta. Se trata de platos listos para calentar y consumir, cuyas fortalezas son, básicamente, la comodidad y la rapidez en su preparación. De nuevo, son los consumidores urbanos más jóvenes, las parejas sin hijos o las personas que viven solas los principales destinatarios de estas ofertas.

También están experimentando un fuerte aumento de las demandas los productos "babies". Los ejemplos más populares son los de los tomates cherry, los cogollos de lechugas, las minizanahorias, etc. Esos productos combinan una buena calidad, junto a unas altas condiciones de salubridad, ya que su crianza es tan rápida (en ocasiones sólo 15 días) que no se llegan a utilizar tratamientos fitosanitarios.

Finalmente, otra de las alternativas con futuro son las producciones ecológicas, que comienzan a ser ya relativamente importantes en España en cuanto a producción, pero mucho menos en consumo, porque en su mayoría se destinan a la exportación. Los principales problemas con que chocan en el mercado nacional es su mayor precio y la escasa sensibilidad de los consumidores en cuanto a la presunta diferencia de calidad y seguridad de una fruta u hortaliza etiquetada como ecológica del resto.

## PERSPECTIVAS DE LA DISTRIBUCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS

**E**l primer fenómeno que conviene resaltar al comentar las características y perspectivas de la distribución y comercialización de frutas y hortalizas en Europa es el de la concentración. En los últimos tiempos se ha producido un, al parecer, imparable proceso de fusiones y compras que han despejado el panorama de la distribución, dejándolo en manos de unos pocos y grandes grupos. Las cinco principales cadenas de distribución europeas controlan ya el 40% del mercado, quince puntos más que hace cinco años y veintitrés más que hace diez. El grupo líder tiene una cuota de ventas del 12% del total, el segundo se acerca al 10% y el tercero se queda en el 7,5%.



La internacionalización y globalización de la distribución son una consecuencia directa de este fenómeno de concentración empresarial. Las cadenas de distribución tienen, cada vez más, un ámbito europeo y no propio de uno u otro país. Otro dato que conviene tener presente es el de la organización de los puntos de venta en cadenas, lo que conlleva una cierta disminución de su número y el aumento de su tamaño. Aunque las tiendas tradicionales en nuestro país parecen resistir bien en la comercialización del producto fresco, la tendencia es que los establecimientos de distribución moderna vayan, poco a poco, arañando cuotas de mercado.

La distribución se ha convertido así en un elemento clave que condiciona toda la cadena productiva y comercial. Los grandes grupos especializados en la distribución de frutas y hortalizas (en la actualidad el líder europeo aparece como la segunda empresa de distribución a nivel mundial) tienden a controlar todo el proceso, desde el agricultor hasta el consumidor final. Aunque en nuestro país esa tendencia es menos acusada que en otros países de nuestro entorno, lo más probable es que vaya avanzando hacia una situación de ese tipo.