



En España, nuestra relación sigue siendo lo más parecido a Productor - Agente - Distribución

Producción y comercialización de productos hortofrutícolas de España

Jose Mª Torres

Consultor Agronómico Internacional
jmtg9@yahoo.es

José Mª Torres tuvo a su cargo durante las últimas décadas la investigación en nuevas variedades para el grupo comercial Anecoop y entre sus numerosas realizaciones cuenta la puesta en marcha de varios de los centros de investigación de esta entidad, el asesoramiento para el cultivo en otros países, y un largo etcétera, que incluye la participación como autor en Horticultura y en la colección Compendios de Horticultura. En la actualidad es consultor agronómico internacional. Con ocasión de las Jornadas Técnicas “Buenas Prácticas Agrícolas en la producción de cultivos en invernadero” organizadas por Compo en Almería el 26 de junio 2009, brinda su visión del antes y de la actualidad de la comercialización de productos hortofrutícolas en España, analizando en especial el papel de Almería, de la que es buen conocedor y oriundo.

Antes

La hortofrutícola española es desde largo tiempo el sector más rentable del Producto Interior Agrario. El mediterráneo español con sus condiciones climáticas, tan benignas, y en especial su riqueza de radiación luminosa, ha dado lugar al asentamiento y desarrollo de nuestra hortofruticultura de primor.

Las cercanías a los mercados de consumo con poder adquisitivo alto incentivaron su rentabilidad y por tanto se incrementó su crecimiento, su desarrollo y la innovación en los procesos de producción.

En el Arco Mediterráneo, desde Gerona hasta Punta Umbría, siempre se encuentra una zona donde confluyen los factores necesarios y en su nivel para el asentamiento de un producto: flores, hortalizas de hoja, cítricos, uva de mesa, fresas, hortalizas de fruto, etc.

Estos antecedentes, que permanecen aun, dieron lugar a un alto desarrollo con alta rentabilidad.

Hoy, la rentabilidad se ha hecho difícil por no decir nula en muchos casos.

Las razones principales de esta pérdida de rentabilidad, la podemos resumir en tres aspectos:

- Exceso de producción
- Curva de Producción Errática
- Falta de innovación, no sólo de Técnicas de “fabricación y puesta en Mercado”, también en forma de relacionarse comercialmente, Política de precios, valores añadidos, etc.

Ahora

En los últimos 25 años no han crecido las hectáreas productivas. Sí se han desarrollado y mucho las técnicas de producción, manipulación, etc., convirtiéndose en hectáreas de rendimientos mayores.

Los elementos auxiliares que rodean la planta, el control de los agentes bióticos y abióticos, los conocimientos en fisiología vegetal y la aplicación en el campo de la nutrición “alimentos” más refinados, etc., han dado mayores rendimientos, mayor resistencia de los productos, mayores valores organolépticos.

Y en la actualidad, España celebra el 24 aniversario de la entrada como Estado miembro de la Unión Europea. En estos años, España ha pasado de una producción anual de 5.000.000 de toneladas de productos hortofrutícolas frescos a superar los 15.000.000 de t/año. Los consumidores siguen en el mismo nivel de 350/375 millones de consumidores y las oscilaciones de precios se deben más a la curva errática de producción que al tonelaje alcanzado.

Las profecías

Hemos brindado por ese Agricultor que con tesón y lucha no escuchó a los que siempre analizan en negativo.... Los agoreros.

Llamo agricultor no solo al labrador que maneja la planta y fruto con sus manos Somos todos los que ponemos nuestro esfuerzo, tesón, experiencia, al servicio de la agricultura.

En los años 70 del siglo anterior, un socioeconomista predijo que “En el año 2000, la población mundial pasará hambre ... La población crece de manera exponencial y los alimentos, en progresión aritmética ...” A los 40 años vemos que erró en su pronóstico.

La población creció fundamentalmente por los avances de la medicina. La producción recibió de la UE fondos para la investigación

Antes: en el Arco Mediterráneo confluyen los factores necesarios y en su nivel para el asentamiento de una producción -flores, hortalizas de hoja, cítricos, uva de mesa, fresas, hortalizas de fruto, etc.- con alta rentabilidad

En los últimos 25 años, España ha pasado de una producción anual de 5.000.000 de toneladas de productos hortofrutícolas frescos a superar los 15.000.000 de t/año

Las ayudas de la Unión Europea potenciaron el crecimiento, como consecuencia de la investigación y transferencia pero también por los fondos de retirada, ayudas a la industrialización, ayudas a la apertura de nuevos mercados, etc.

¿Hacia dónde vamos?

La situación de la producción hay que enlazarla y conocer el engranaje con la distribución a través de las cadenas de supermercados. Sin la aparición de los supermercados habría sido imposible situar tanto producto al alcance del consumidor.

La historia de la “venta” también ha sufrido sus cambios. En los años 70, el comprador venía a comprar al agricultor a orillas del bancal. Había poco producto para satisfacer la demanda.

El precio aumentaba en función de la escasez pero había otros factores, como una cola de compradores, esperando que no terminara el “trato”. También habían factores psicológicos, como... “Viene una ola de frío” y no existía un seguro agrario, etc. La rentabilidad y nivel de precios venía por la “Ley de la oferta y la demanda”. Los precios siempre llevaban un componente especulativo.

A esa etapa, siguió otra (la oferta aumentaba).... “¿Qué plantamos?” La frase fue titular de revistas especializadas. Siguió otra frase ... “La juventud abandona el campo” (los jóvenes veían la evolución económica familiar). Quedaron los agricultores mayores, sin recursos económicos ni fuerza, ni ilusión, para acometer el cambio. Se impulsó la “Economía de escala” ... “Si ya no vive mi familia con una hectárea, inverno otra”, con un resultado aún peor. Y condujo a una situación de superproducción, sin criterio, orden, ni concierto.

Esto llevó al supermercado a una política de bajos precios, promociones, etc. “Nosotros vendemos por menos siempre” ó “pague dos y llévase tres”, etc. Hay mucha protesta hacia los márgenes del supermercado. Yo pienso: o hay un desconocimiento del componente “precio final” o hay una gran demagogia en su presentación.

El acceso a la relación con el supermercado, en primer lugar sin suprimir los Agentes/intermediarios, que no aportan nada, sólo conforman y venden (o venden y después conforman) y en muchos casos, distorsionan la distribución sobre aspectos que poniéndose de acuerdo, iría en beneficio de todos: Productor-Supermercado-Consumidor; es decir, el servicio.

Nuestra entrada en al Unión Europea tardó en dar los frutos. No había conocimiento de los circuitos para llegar a donde se gestiona el beneficio. No sabíamos ni dónde ni cómo se pide en Bruselas. Un ejemplo: mientras en zonas de otros estados de la Unión, Bruselas subvencionaba el 100% del costo de los invernaderos tipo Holandés, en España, fuimos a un 40% de los almacenes. Tampoco hemos sabido establecer relaciones entre

la producción y la distribución. Otros países lo han trabajado y conseguido: Italia, el supermercado holandés, en la fundación y sostenimiento del Greenery, Mark & Spencer y los israelitas, Carrefour y su producción de uva de mesa.

En España, nuestra relación sigue siendo lo más parecido a Productor-Agente-Distribución.

¿Dónde encontrar la solución a los problemas que nos rodean?

El séptimo Programa Marco de la Unión Europea, relativo a la Política Agrícola da el camino y los objetivos. Ayudas a la producción pero en lo concerniente a la calidad, y nada de ayuda al aumento de la cantidad. Ninguna ayuda a los que pueda influir en la cantidad, ni directa ni indirectamente.

Una gran ayuda a al Línea de la Ecología, tanto en lo referente a la obtención de productos “sin residuos” como uso del agua racional, por ser un bien escaso; limite del uso de abonos químicos, no tolerar la percolación que nitrifiquen acuíferos, etc.

También a una producción natural sin añadir papeles, plásticos, etc. Que generen toneladas de basura en destino (Ley Toffer), y sólo sirvió para la “presentación” en tienda.

¡Recuperar el concepto de Agricultura Natural!, que la Agricultura sea una actividad que dé provecho al agricultor y alimento al consumidor, pero sin destruir el hábitat. Tan natural que la planta productiva sea una más entre los pinares, los robledos, las lavandas, amapolas, tomillo y romero.

¿Y Almería?

Todo lo dicho vale para todos los productos y zonas de producción. De Almería, quiero decir que somos muy propensos a abandonar lo que tenemos y comenzar una nueva actividad. Así se fueron cítricos, uvas, alcázaras, ... y estamos frente al invernadero ... ¿renovamos? ¿innovamos? ¿abandonamos?.

Con las ayudas de la naturaleza, las 28.000 hectáreas pueden aumentar, pero no para más tomates.

El potencial de Almería es enorme; pensemos en los Valles de Alcoleá, Sierra de Gador, la de los Filabres. El potencial del terreno es muy grande y diverso y los productores también.

Por último: Dejemos de ser productores-Suministradores de materias primas, démosle a la producción valor añadido: IV Gama, productos desecados, cremogenados, etc. Que los valores añadidos no sean la originalidad de presentación, aprovechamiento de destríos, ... Que sean valores de conformidad y confort a la ama de casa que es quien decide la compra y la va a pagar.