

CAPITULO 9

Evolución del mercado de exportación del pimiento

Alberto Milla

► TIPOS DE FRUTO: TAMAÑO, COLOR Y PRESENTACIÓN

La tendencia del mercado de exportación sigue decantándose por los pimientos dulces cortos del tipo California; hasta la década de los 80 los mercados del norte de Europa eran habituales consumidores de este tipo de fruto, consumiendo los de tipo rectangular - Lamuyos (3/4) y Semilargos propios del sur o mediterráneos- en invierno y primavera, cuando Holanda no tenía producción competitiva en Californias, y Almería, Campo de Cartagena-Alicante y Canarias los abastecían.

Hoy, esa línea o frontera imaginaria que pasando por París, dividía el tipo de consumo de Europa en un Norte-Sur, ha descendido geográficamente y podríamos situarla a la altura de Lyon, quedando los tipos Largos, Lamuyos y los Semilargos para mercados de Italia, Sur de Francia y Portugal (en verde), así como el tradicional e importante mercado interior español.

Almería, con más de 6.500 hectáreas de superficie protegida dedica un 40% al cultivo del pimiento, cultivo que sigue creciendo y, de forma más acentuada en los tipos California, donde el comercio en verde y rojo ya su-

Cuadro 1:

Exportaciones españolas de pimientos (1994)

<i>A - Por países</i>	<i>Kilos</i>
FRANCIA	54.534.224
BÉLGICA	3.111.086
P. BAJOS	30.504.711
ALEMANIA	87.450.019
ITALIA	20.762.636
R. UNIDO	18.189.824
IRLANDA	141.641
DINAMARCA	1.625.853
PORTUGAL	1.175.366
Total CEE	217.495.360
Total EFTA	21.200.432
Otros	5.912.163
TOTAL	244.607.955

<i>B - Por tipos</i>	<i>Kilos</i>
Cuadrados	162.543.000
Lamuyo	65.565.000

Fuente: D. Gral. Aduanas- FEPEX

Cuadro 2:

Mercado potencial exportación tipo Cuadrado/California (datos exportación 1994)

<i>Mercado potencial para los tipos cuadrados y rectangulares, en orden de preferencia</i>	
<i>Países</i>	<i>Kilos</i>
DINAMARCA	1.625.853 kg
FINLANDIA	2.778.138 “
SUECIA	2.922.242 “
NORUEGA	995.786 “
R. UNIDO	18.189.824 “
IRLANDA	141.641 “
BENELUX	30.504.711 “
AUSTRIA	948.063 “
ALEMANIA	87.450.019 “
SUIZA	6.080.850 “
FRANCIA	10.906.844 “

<i>Mercado potencial exportación tipo 3/4 largo Lamuyo</i>	
FRANCIA	43.627.380 kg
ITALIA	20.762.636 “
PORTUGAL	1.175.366 “



Pimiento California holandés

pera las 2.000 ha. En amarillo está en orden a las 600 ha. Lógicamente, en las épocas en las que no hay producción del tipo cuadrado en Almería, es decir a partir de finales de marzo empieza el Campo de Cartagena y Alicante,

Cuadro 3:

El consumo: Tipología de establecimiento

Año	1987	2000
Hiper	15%	40%
Tradicional	32%	8%

Fuente: J. Ros, Director Mercados Mayoristas Mercabarna (FITECH '96)

con los otros tipos Semilargos y Lamuyos , Europa los consume hasta que comienza la buena producción de Holanda y baja los precios, alrededor del mes de Junio. Entonces, la Gran Distribución sigue imponiendo su criterio de consumo retirándose el producto español de los mercados del centro y norte de Europa.

¿Por qué la tendencia a tipos cuadrados o Californias?

la razón principal es la de ser un producto que reúne las más óptimas condiciones para su estandarización, y tener el buen saber hacer del marketing holandés como, promotor, através de la Gran Distribución Europea.



Pimiento California americano



INODOROFI

Pimientos correspondientes al tipo California holandés

Manuel Navarro, uno de los “pioneros” en desarrollo de Almería y actual director de Anecoop France con más de 5.000 toneladas de pimiento por campaña, opina que este tipo de fruto Cuadrado, por su propia forma, admite una buena clasificación y presentación. El color, a diferencia de algunos tipos rectangulares, es generalmente más uniforme. En los tipo Clovis o semi-largos, en el viraje de verde/rojo, aparecen tonalidades violetas o, si se espera a que vire totalmente a rojo, se puede perder aguante, se reblandece. Su piel es lisa y al ser cuadrado y de mayor espesor de carne tiene más consistencia, presentación y transporte que facilita las transacciones. Es un producto con pocos problemas.

El pimiento se calibra según el diámetro “M” 60/80 mm, “G” 70/90 mm y “GG” 90 + mm, la variedad de pimiento ideal debería dar una proporción de: 50% G, 30% GG y 20% M. España incorpora una etiqueta visible en los envases donde figura el tipo de fruto, color y calibre en milímetros, mientras que otros productores como es el caso de Holanda el diámetro lo incorporan por medio de una franja en el envase de color : amarilla (50/70 mm.) , verde (60/80), azul (70/90) , roja (80/100) y naranja (90/110).

No hay normas básicas y generales para el calibrado de las guindillas o pimientos picantes, debido a las diferentes formas y tamaños de fruto que existen. Este mercado, que tiempo atrás fue muy rentable para los pocos exportadores españoles que lo trabajaron, hoy esta prácticamente en manos de la producción de Marruecos, quizá por mejor calibre y costes de producción.

Es indudable que unos calibres “M” y “G” se obtienen más homogéneos con un tipo cuadrado, que con otro



Kali F1, un California italiano

tipo que generalmente presentara paredes menos lisas , algo deformes y con menos espesor de pared que un propio “blocky”. A partir del calibre “G” los tipos rectangulares son más homogéneos y apreciados por mercados como Austria.

Los “GG” 90 + mm, son muy apreciados en Francia, España, Portugal e Italia, y se consideran segundas en Austria, Bélgica, Alemania, Países Escandinavos, etc. Estos países demandan “G” y “M”.

Italia y Portugal siempre fueron mercados de grandes frutos, calibres “GGG” en verde y ,en Italia, además, en amarillo son muy valorados.

En la mejora genética y las nuevas técnicas de cultivo se está trabajando desde hace tiempo para conseguir material vegetal , tipo cuadrado, que produzca con frío y días cortos.

Para cultivar los tipos California, actualmente las limitaciones siguen siendo climáticas (días cortos y bajas temperaturas). Así, las plantaciones de diciembre dan bajas producciones (5 kg/m2) y, además, el 50% de la cosecha es destrío, con frutos con punta, al desarrollar el pistilo las bajas temperaturas, y “galletas” o frutos partenocápicos, debido a una polenización defectuosa. En plantaciones tardías, de mediados de enero en adelante, nuestras recolecciones se inician cuando ya hay producción en el mercado holandés, con precios menos interesantes.

La mayor rentabilidad hoy, sin lugar a dudas, y mientras se obtenga un cuadrado para estas condiciones del

Campo de Cartagena, esta en cultivar tipos Lamuyos , como Mariner, Atol, Láser o Sonar, que responderán en esta época dando un fruto semi-largo, muy productivo y con poco destrío. Además, con estos tipos, la plantación puede iniciarse desde mediados a finales de noviembre y durante todo el mes de diciembre.

En Almería, buscando la producción precoz, inician las siembras del tipo California en abril-mayo , llegando hasta junio -1º julio, es decir plantaciones hasta fin de agosto. Los problemas en estas plantaciones tempranas, con calor, son los Virus, PMMV (L3 y L4)

José Jiménez, Ingeniero de Surinver S. Coop. Ltda. ensaya y evalúa cada campaña nuevos cultivares pues tanto su prestigiosa cooperativa, como el resto de productores-exportadores, desde el Campo de Cartagena a Valencia, estarían en óptimas condiciones para continuar la campaña de invierno de Almería y mantener unos mercados muy rentables, prácticamente durante todo el año. El cultivo en invernadero caliente, a la vista de la demanda, empieza a tomarse en consideración por las bajas producciones y elevados destríos, en las plantaciones de invierno. El mercado existe, los costes de producción en relación con Holanda es la cuestión a valorar.

Este apartado no podemos cerrarlo, sin valorar el hecho de que un mercado español como Mercabarna, según su director, Joaquín Ros, consume del orden de 700 t de pimienta importada de Holanda (“Estar en el mercado en el mo-

Cuadro 4:

Precios de pimienta en subastas de Almería durante febrero y marzo 1996 (en pesetas)

Fechas	Lamuyo verde	Lamuyo rojo	Evolución	California v.	California r.	Evolución
13.02	105,50/ 92,00	197,50/175,00	0	98,00/ 79,25	220,50/156,600	0
14.02	85,50/ 71,50	199,50/170,00	1%	97,00/ 77,50	219,50/178,75	1%
15.02	84,00/ 71,50	183,50/ 163,60	1%	106,00/ 84,00	195,00/154,75	0,88%
16.02	86,50/ 68,70	196,00/ 176,90	1%	93,00/ 71,60	215,00/164,50	0,97%
19.02	90,00/ 84,70	226,50/ 207,70	1,15%	99,50/ 78,80	252,00/237,00	1,14%
21.02	92,00/ 85,50	238,50/199,25	1,20%	93,00/ 80,00	248,50/227,00	1,12%
22.02	118,5/111,50	239,50/215,00	1,21%	127,00/118,00	262,00/215,00	1,19%
23.02	142,00/140,00	244,50/226,00	1,23%	150,50/144,50	299,00/280,20	1,35%
28.02	136,50/123,20	263,00/241/75	1,33%	150,00/144,00	333,00/294,50	1,51%
1.03	117,00/102,50	295,00/264/00	1,49%	132,00/117,00	374,50/316,50	1,70%
5.03	186,00/173,00	345,50/322,50	1,75%	155,00/155,00	351,50/308,00	1,59%
6.03	192,50/181,00	363,00/332,00	1,84%	140,00/140,00	353,00/319,00	1,60%
7.03	187,50/172,50	334,50/298,00	1,69%	198,50/184,00	331,50/268,50	1,50%
8.03	173,00/161,00	310,50/289,00	1,57%	169,50/149,00	344,00/314,00	1,56%
12.03	171,00/164,00	307,00/276,00	1,55%	170,00/170,00	310,00/278,00	1,40%
13.03	176,50/164,00	256,50/248,25	1,30%	90,00/ 90,00	230,00/278,50	1,04%
14.03	332,00/332,00	192,00/157,00	0,97%	160,00/160,00	308,00/290,00	1,40%
15.03	179,50/160,50	273,00/230,00	1,38%	176,00/170,00	290,00/252,50	1,31%

Se eliminó el último precio de cada subasta. 1er. precio = media de los dos primeros cortes.

Las subastas analizadas son las de Femago, Agroejido, Cehorpa y Agroponiente.



La variedad de la foto tiene el nombre de la localidad de Adra en Almería. California americano.

mento oportuno”, Fitech’96). ¿Qué tipo de pimiento estamos comprando? Está claro que estamos normalizando el consumo del tipo de pimiento Cuadrado o California.

¿Pimientos verdes, rojos o amarillos?

El pimiento **rojo**, es sinónimo de más caro, aunque no siempre es así y además se corre el riesgo de que los mercados eventualmente se derrumben o caigan, y entonces es un producto que no puede reaccionar, ni esperar pues esta en su fase final comercial, su madurez fisiológica. Los destríos pueden ser altos.

Los mercados que han incrementado de forma considerable el consumo de los tipos California, entre ellos Francia, lo valoran al máximo en su fase de madurez: en **rojo**. Otro ejemplo, es Suecia que según José Bono, Director de Anecoop -Almería, hace cuatro años los envíos eran 100% en verde y hoy la **mitad es en rojo**. Mercados como Dinamarca, Hungría y Alemania, entre otros, siguen prefiriendo, el fruto inmaduro : en **verde**.

El pimiento de color **amarillo** tiene un mercado propio muy regular, estable y un excelente consumidor en la CEE, que es Italia, pero como antes hicimos referencia, prefieren los tipos Largos de pleno campo y su gran peperone “cuadrato italiano gialla e rossa”. El resto de países europeos, demandan este color, principalmente en tipo Helder ó - Largos y Californias

No obstante, el mercado se queja de este color **amarillo** por recibir partidas de pimiento blando, cuando en verde y en la fase de viraje verde-amarillo los recibían con buena consistencia. ¿Es una posible causa el no saber conducir o cultivar mejor este material, es genético o por el contrario es que algunos pro-

ductores no saben determinar el punto de madurez para cosechar y maduran en exceso, o eventualmente hay algo especulativo esperando mejores precios?

La producción, principalmente de las cooperativas de Almería, tiende a comercializarla dentro del tipo California en un porcentaje del **50/60% en rojo** y el resto en **verde**, y en las variedades de maduración en **amarillo**, prácticamente el **100%** se corta en este color, salvo que en algún momento la demanda de verdes fuese grande e interesase cosechar algunas partidas.

Los demás colores, siguen siendo comercializados a nivel “escaparate”, o como reclamos comerciales de campaña. Quizá, el naranja va entrando lentamente.

Cuadro 5:

*El ideotipo que demanda el mercado:
el tipo cuadrado*

Un fruto de pared gruesa, consistente, color homogéneo y piel lisa.
Calibre “G” y “GG”, pesado, para plató de 5 kg, con 25 unidades. y Calibre “GGG” para 20 unidades/plató.
Fruto con todo el pedúnculo, <u>nueva tendencia</u> . Una mejor presentación: + estética, + limpio y sin desgarros.
Producción homogénea y estable, durante todo el año.
Libres de residuos



INODORO F1

California holandés



KALI F1

*Pimientos Kali F1,
del grupo California italiano*



California americano

Envasado del pimiento

En principio comercializaba el tipo de pimiento cuadrado en mallas de 500 g ó 1 kg, con frutos de menor calibre y aprovechando en algunos momentos las segundas de los tipos Largos y _ largos. La evolución de la demanda ha exigido una elaboración de calidad, envasando frutos sanos y normalizados de acuerdo a la categoría a que correspondan, reseñada con una etiqueta que especifique el calibre en milímetros.

La normativa comunitaria en los pimientos establece dos categorías: primera y segunda, exigiendo para la primera el calibre y etiquetado con indicación del calibre en milímetros; en la segunda categoría, se admite que los pimientos no sean calibrados, pero en tal caso, la etiqueta deberá indicar “sin calibrar”. Esta Categoría II es la más usual.

Alemania, es el primer cliente de consumo en malla, principalmente de 500 gramos y 1 kilo. Los Países Escan-

dinavos son también buenos consumidores, al igual que Holanda, si bien este país compra como expedidor.

Austria, es consumidor, pero prefiere la pieza en plató de 5 kilos con 25 ó 30 frutos, bien sean de calibre “GG” o “G”, o de calibre “M” respectivamente.

España atiende perfectamente estos mercados, hasta que Holanda ofrece su producción a precios más competitivos o similares a los nuestros, momento en que los perdemos prácticamente.

El envasado TRICOLOR más utilizado es en cartones de 5 kilos y en preempaquetado con pimientos de distintos colores, las presentaciones más empleadas podrían ser:

En malla , con 4/6 piezas, calibre “ M” . Para mercados muy competitivos (“mercados guerrilleros”) y mercados del Este: Checoslovaquia, Rumania, Polonia, etc.

En malla de 0,5 kg., con 3 piezas : Verde , rojo y amarillo, calibre “ M” o “G”, dependiendo de la época de producción. Mercados valorizados de especialistas.

En caja de cartón, calibre “GG”. Mercado francés, norteamericano, canadiense, alemán, etc.

El pimiento cuadrado corto va dirigido en un 50% al mercado alemán y escandinavo, luego a los norteamericanos y canadienses en un 10/12%, siendo el resto en sensible incremento el francés, inglés y de centro Europa. Italia, muy poco. ◀