



El sistema alimentario español desde la perspectiva de los sectores productivos (y II)

■ ALICIA LANGREO NAVARRO

Doctora Ingeniero Agrónomo. Directora de Saborá

▼ La cadena de producción de pescado fresco y transformado

CONSUMO

El gasto en productos de la pesca alcanza el 14% del gasto total en alimentación, a lo que hay que añadir la parte proporcional del gasto en platos preparados elaborados a partir de productos de la pesca.

El consumo de productos de la pesca ascendía en el 2003 a 1.497,21 millones de kilos. El consumo de estos productos se mantuvo prácticamente estable entre 1987 y 1998, a partir de entonces se inició un período de crecimiento. El consumo total de productos de la pesca se incrementó en un 24,15% entre 1998 y 2003.

Dentro de los productos de la pesca, el capítulo de pescado fresco es el más importante en volumen con un 45%, seguido del grupo formado por mariscos, moluscos y crustáceos, que alcanza casi el 39%.

El volumen consumido de pescado congelado y de conservas es similar y se sitúa entre el 12% y 13%, respectivamente. Este último se encuentra por encima desde 1999. Dentro de los ma-

riscos el principal capítulo es el fresco, alcanzando un mayor incremento el congelado.

Desde 1987 los grupos que más se han incrementado son: el de mariscos, moluscos y crustáceos con un 39%, seguido por el de conservas de pescado con un 25,4%. El pescado fresco se ha incrementado alrededor del 20%, lo que resulta inferior al incremento medio de productos de la pesca.

El grupo que ha experimentado un crecimiento menor en este período es el correspondiente a congelado con el 14%.

A estas cifras hay que añadir el comportamiento de los platos preparados cuyo componente principal es pescado, cuyo consumo está en 44,32 millones de kilos en el 2003, tuvo un consumo máximo en 1999 con casi 50 millones de kilos y desde entonces ha disminuido. El crecimiento desde 1987 ha sido del 116%.

Dentro de los pescados el producto más consumido es la merluza y la pescadilla, que superan el 26% del consumo total de pescado fresco y congelado. Las sardinas y boquerones ocupan

el primer puesto entre el pescado fresco. En cuanto al pescado congelado, el primer epígrafe lo constituye la merluza y pescadilla.

Entre las conservas, el atún y bonito alcanzan conjuntamente cerca del 55% del consumo. Dentro de los mariscos, moluscos y crustáceos, los frescos se acercan al 60% mientras los congelados alcanzan algo menos del 39%. Estos datos hay que matizarlos, ya que a partir de 1997 se incluyó el epígrafe de calamar congelado en los platos preparados, mientras hasta esa fecha se contabilizó como pescado congelado.

En los últimos cinco años, el consumo de pescados azules frescos (lenguado, salmón y bacalao congelado) ha subido por encima de la media de los productos de pesca. Algo similar ha ocurrido con las conservas, con la excepción de las sardinas, los mariscos, moluscos y crustáceos frescos y congelados.

El consumo total de productos de la pesca en los hogares supone el 76,72% del total (82-83% a principios de los noventa), algo por encima de la media de toda la alimentación. La participación de los canales Horeca es mayor en los pescados congelados y en los mariscos.

LA DISTRIBUCIÓN

Los principales rasgos son distintos para cada gama de productos, según sean o no frescos. En la gama de pescado fresco la cuota de las tiendas tradicionales se mantiene alta (54%), aunque está disminuyendo de forma muy acusada desde 1997, año en que se situaba por encima del 69%. En ese período se ha incrementado la participación de la gran distribución, que ha pasado de tener una cuota inferior al 30% a cerca del 44%. Es de destacar que es más elevada la cuota de los supermercados, que supera al 30%.

Este cambio ha tenido lugar a la vez que se ha producido un desarrollo tecnológico en la presentación del producto fresco (envasado en atmósfera controlada, pasterizado), logrando una mayor adaptación a la venta en el lineal y coincidiendo con el mayor interés de las principales empresas de la gran distribución por los productos frescos. Esto les ha llevado a ampliar y cuidar los espacios dedicados a ellos: crear marcas propias garantantes de calidad, garantizar la trazabilidad y ampliar su gama. Destaca el hecho de que la gran distribución está favoreciendo el pescado de crianza (acuicultura) al que se puede aplicar la trazabilidad con mayor facilidad.

En la gama de pescado congelado, la gran distribución tiene una cuota total en torno al 50%, que ha variado muy poco en los últimos años. La tienda tradicional mantiene una cuota superior al 42% que, con altas y bajas, no está cediendo. En principio este hecho está relacionado con la existencia de un gran número de comercios especializados, frecuentemente ligados a marcas de congelados, que se muestran muy estables. En esta gama el reparto domiciliario tiene una cuota que oscila entre el 3,5% y 5%, que responde a la implantación de empresas especializadas en reparto de congelados.



En el conjunto de mariscos, moluscos y crustáceos hay un predominio de la tienda tradicional, con una cuota de alrededor del 50%, que disminuye lentamente.

Contrariamente a estas dos gamas, las conservas de pescado ofrecen el perfil típico de los productos no perecederos y fuertemente marquistas, con un claro predominio de la gran distribución (por encima del 83%).

La compra de los platos preparados se centra también en la gran distribución, que ostenta una cuota de casi el 74%. Esta participación está incrementándose, mientras las tiendas tradicionales pierden posiciones. También en esta gama es importante el reparto domiciliario (casi el 7,5%).

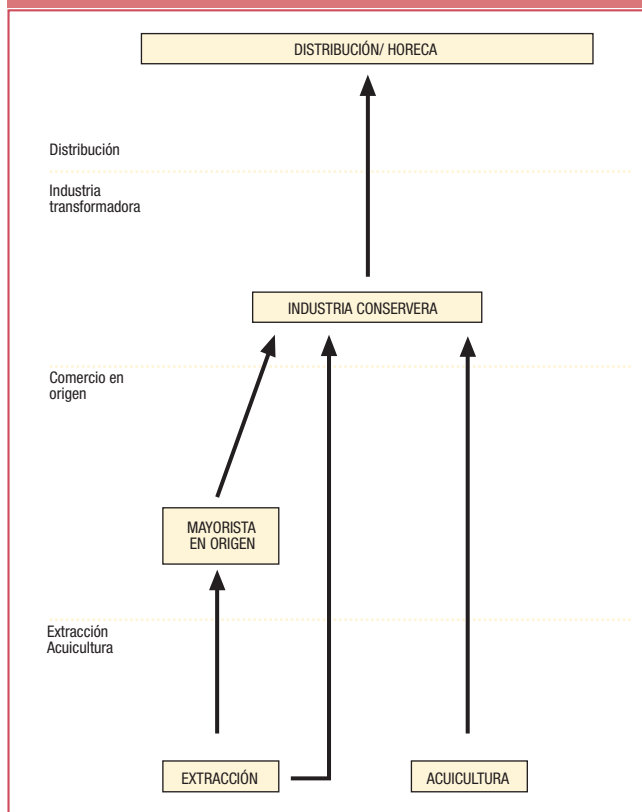
CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS QUE CONDICIONAN LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE LA PESCA

En la cadena de producción de los derivados de la pesca y la acuicultura existen dos mercados fundamentales: el de pescado crudo para la industria transformadora y el consumo en fresco y el de productos acabados.

La industria transformadora de mayor dimensión, tanto congeladora como, en menor medida, conservera, cuenta con flota propia, también se ha introducido en acuicultura y mantiene empresas filiales dedicadas a la pesquería en los países con los principales caladeros del mundo. Tiene verticalizada la extracción y producción en buena medida y recurre sólo coyunturalmente al mercado. Al igual que el resto de la pesca, se ve afectada por la evolución de las campañas pesqueras y la política restrictiva de pesca.

Las empresas que no tienen verticalizada la extracción o la producción recurren al mercado.

ESTRUCTURA INDUSTRIAL DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE PESCADO



Para algunas especies importantes en la conserva como el atún existen dos formas de suministro: el de producto congelado en los mercados internacionales y el de producto fresco. El primero suele tener ámbito mundial y el segundo regional. Ambos están muy influidos por el desarrollo de las campañas y las restricciones a la pesca.

El mercado regional también se ve influido por problemas locales: relaciones con los países vecinos a efectos de pesquerías, contaminación localizada, limitaciones específicas, etc. Las industrias y los productos que dependen sobre todo de los mercados locales se encuentran en una situación más frágil.

Las empresas congeladoras suelen tener el suministro de materia prima verticalizado, pero las conserveras de gran dimensión suelen compaginar el suministro propio con las compras en los mercados internacionales de congelado y las compras de productos concretos en los mercados locales.

En este marco, el mercado para fresco o para conserva resultan complementarios. Sólo las empresas más pequeñas concurren a las subastas. Los restantes operadores llegan a acuerdos con los armadores.

El principal mecanismo de comercialización en origen es la lonja (ratificada en el RD 1998/95, sobre normas de control de la primera venta de productos pesqueros). En ella concurren los

armadores y los mayoristas de origen. La industria transformadora en su caso recurre tanto a unos como a otros. Existen en España 291 lonjas.

El producto terminado se destina a la distribución o a los canales Horeca. En las conservas el mecanismo comercial es el mismo que en el de los productos de larga duración: predominio de las relaciones directas con las centrales de la gran distribución, o la venta a través de distribuidores específicos a canales Horeca o tiendas gourmets.

Sin embargo, el mercado de los productos congelados tiene connotaciones especiales, debido a que la verticalización de la mayor empresa alcanza el comercio minorista e incluso la restauración. Además, al igual que en los restantes congelados, la figura del mayorista en destino tiene mucha importancia. Estos mayoristas pueden disponer de marcas propias y red de tiendas. Una buena parte se localizan en las MERCAS, a través de cuya red se comercializan 182.000 toneladas de productos de la pesca congelados (datos de 2004); de las que el 50% se comercializa en Mercamadrid y Mercabarna.

La Red de MERCAS juega un papel fundamental en la comercialización de pescados frescos. En 2004 pasaron por sus instalaciones más de 480.000 toneladas de pescado y marisco frescos. Esta cantidad supone más del 60% del consumo y el 95% del consumo registrado en las áreas de influencia de las MERCAS.

El valor total de los pescados y mariscos, frescos y congelados, comercializados en la Red de MERCAS ascendió en 2004 a unos 3.600 millones de euros.

EL COMERCIO EXTERIOR

La producción, el consumo y el comercio mundial de productos de la pesca están condicionados por la degradación de los recursos mundiales debido al crecimiento de la capacidad pesquera, las agresivas formas y el incremento de las extracciones. Esa situación hace necesaria una ordenación de los recursos a nivel mundial.

Según la FAO, la producción pesquera mundial está por encima de 142 millones de toneladas, de las que 48 millones corresponden a la acuicultura, cerca del 33%. Su crecimiento se cifra en el 10% anual.

España es importadora neta de productos pesqueros, debido a que el alto consumo y las exportaciones no son cubiertas por las grandes capturas propias. Parte de esas importaciones provienen de empresas participadas por firmas españolas en los países con más caladeros. El volumen de importaciones fue de 3.128,8 millones de euros (2002), mientras las exportaciones alcanzaron los 1.632,6 millones de euros.

POLÍTICAS CON INCIDENCIA EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE LA PESCA

La política pesquera común (PPC) abarca las actividades de explotación de los recursos acuáticos vivos y la acuicultura, su transformación y comercialización. Los ámbitos principales de



actuación son: la organización de los mercados; la conservación y gestión de los recursos pesqueros; las relaciones internacionales en materia de pesca y la política estructural de la pesca.

La OCM en el sector de los productos de la pesca y la acuicultura afecta a las capturas en el mar o en aguas interiores y a los productos de la acuicultura. En ella se incluyen el pescado vivo, fresco o refrigerado, congelado, seco, salado, ahumado o en salmuera así como los crustáceos, los moluscos, las harinas, los polvos, etc. El sistema de regulación del mercado se basa en cinco elementos: normas comunes de comercialización (clasificación por categoría de calidad, talla o peso, embalaje, presentación y etiquetado), información del consumidor (nombre comercial de la especie, método de producción y zona de captura), organizaciones de productores, régimen de precios e intervenciones y regulación de los intercambios con terceros países. La OCM de pesca centra sus actuaciones en los productos frescos; su repercusión sobre la actividad, funcionamiento y estrategias de la industria conservera es reducida. Además de las normas de calidad y de información al consumidor, los mecanismos con mayor incidencia en las conserveras son la ayuda a la transformación para los túnidos y la regulación de contingentes arancelarios con derechos de importación nulos o reducidos. Ambas medidas favorecen el suministro de materia prima para la industria a precios más bajos.

Las medidas dirigidas a la conservación y explotación sostenible de los recursos pesqueros constituyen un elemento fundamental de la PPC y tienen gran repercusión sobre el sector de la pesca en general y la industria conservera en particular. Dichas medidas, relativas a: limitación de capturas, prohibición del uso de algunas artes de pesca, paradas biológicas, tamaño mínimo del pescado, etc., repercuten, por una parte, en la menor oferta

y mayor precio de los productos pesqueros y, por otra, constituyen un elemento imprescindible para conservar los caladeros en los niveles ecológicos adecuados y mantener la actividad pesquera.

Los dos ejes de actuación de la PPC a escala internacional son: la celebración de acuerdos de pesca con terceros países y la participación de la UE, como miembro u observador, en diversos organismos internacionales responsables de la gestión de los recursos pesqueros en alta mar.

La política estructural de la pesca tiene como objetivo ayudar a los sectores de la pesca y la acuicultura a adaptar sus equipamientos y la organización de los procesos de producción a las exigencias que imponen los recursos y el mercado. El Instrumento Financiero de Orientación de la Pesca (IFOP) es el fondo encargado de la financiación de las ayudas, que se dirigen a la reestructuración de la flota comunitaria (ayudas al desguace, exportación o reconversión de los buques pesqueros y modernización). También se benefician de las ayudas estructurales del IFOP la acuicultura, la transformación y comercialización de los productos de la pesca y su promoción.

RECURSOS ESPECÍFICOS DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE LA PESCA

- ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL DEL ATÚN (INTERATUN)
- ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL DE LA ACUICULTURA CONTINENTAL (AGUAPISCIS)
- CATÁLOGO DE PRODUCTOS TRADICIONALES DE LA PESCA (SALAZONES Y SEMICONSERVAS)
- INSTITUTO DE INVESTIGACIONES MARINAS (CSIC. VIGO)
- CENTRO TÉCNICO NACIONAL DE CONSERVACIÓN DE PRODUCTOS DE PESCA (CECOPECA)
- DENOMINACIÓN DE ORIGEN MEJILLÓN DE GALICIA
- INDICACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS DE CABALLA Y MELVA DE ANDALUCÍA

LA PRODUCCIÓN

España es uno de los principales países pesqueros del mundo, entre los que ocupa el puesto número 15. La producción llega a los 1,25 millones de toneladas anuales, de los que unos 930.000 toneladas corresponden a capturas marinas y el resto, 315.000 toneladas, a la acuicultura. Los puertos del Atlántico aportan el 80% del pescado fresco consumido en España.

Cabe resaltar que se está desarrollando una acuicultura de gran calidad, entre cuyas producciones destacan los moluscos.

Entre 1998 y 2002 el volumen de ventas de la industria derivada de la pesca ha subido un 30%.

Según el INE existen unas 750 empresas dedicadas a la transformación de productos de la pesca, de las que sólo 15 tienen más de 200 empleados y 77 entre 50 y 200.



ANÁLISIS DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN

La cadena de producción de la pesca se inicia en la extracción o la acuicultura y termina en el mostrador o el lineal de la distribución. Abarca distintos tipos de transformaciones: productos frescos, congelados, conservas, salazones, ahumados y platos preparados. Algunas empresas acometen distintas gamas y tienen actividad en todas o varias fases de la cadena de producción.

Fase primaria: extracción y acuicultura

- La acuicultura española cuenta con dos sectores muy distintos: el del mejillón gallego, muy fragmentado (más de 3.300 bateas y 60 empresas comercializadoras), y el resto, más concentrado. Existen instalaciones de cría y de cebo. En este sector han invertido algunas de las mayores firmas del sector de congelados y algunas empresas de la gran distribución.
- La extracción: en su base hay más de 16.200 buques de características muy distintas según formen parte de la flota de gran altura, de altura o de bajura. En la última década la flota pesquera se ha reducido más de un 12%, aunque no ha perdido capacidad. La flota pesquera internacional está compuesta por algo menos de 450 unidades que disponen de artes móviles y 380 con artes fijas. Una buena parte de esta flota pertenece a las grandes empresas congeladoras.

Fase comercial en origen

Existen algo menos de 300 lonjas desde donde el pescado pasa a la red mayorista y a la cadena de fresco. Esta fase no existe en acuicultura, ni apenas en los productos destinados a la transformación, ya que éstos se abastecen en mercados internacionales de congelado o tienen verticalizada una parte importante de su abastecimiento.

Fase comercial en destino

En la Red de MERCAS operan unos 420 mayoristas que comercializan producto fresco y congelado. La cifra total es más alta. En principio estas empresas están especializadas en fresco, aunque los líderes han instalado naves de manipulación, preparan el pescado (limpieza, fileteado, etc.), lo envasan y, recientemente, han iniciado el desarrollo de diversos tratamientos (pasterización, atmósfera controlada, etc.) que permiten alargar el período de comercialización, a la vez que facilitan su manejo en lineal. Este desarrollo es fundamental para el incremento de la venta en la gran distribución. En estas empresas se detecta el mismo proceso que en las frutas y hortalizas frescas y las carnes: una penetración de la gran distribución en el segmento, con plantas propias de tratamiento y/o acuerdos con mayoristas.

Cabe destacar que hay una tendencia a la concentración dentro de este segmento, tradicionalmente muy fragmentado; actualmente entre los cuatro primeros operadores se acercan a las 120.000 toneladas y se acercan a las 200.000 considerando a los dos líderes de mariscos frescos.

Los mayoristas de congelado trabajan con los canales Horeca y las tiendas especializadas, así como con la gran distribución mediante acuerdos de suministro. Algunas tienen marca propia.

Fase industrial

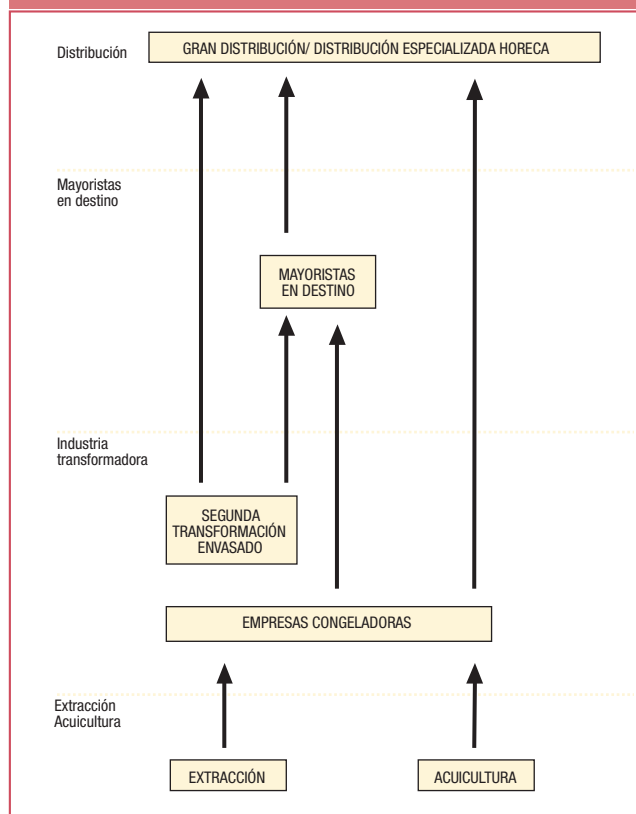
El número de empresas dedicadas a la transformación de productos pesqueros está por encima de las 700, entre ellas hay pequeñas empresas especializadas en productos de calidad diferencial y grandes firmas congeladoras con toda la actividad pesquera integrada. Dos de ellas tienen más de 500 trabajadores y se encuentran entre las mayores del sistema alimentario español.

Congeladoras

Son empresas de gran dimensión que tienen verticalizada la extracción. Existen 6 grandes grupos empresariales con presencia mayoritaria de capital español. Todos ellos son grandes exportadores. Este sector se ha concentrado mucho, dando lugar a una de las mayores empresas del sistema alimentario español, Pescanova, que cuenta con unas 80 filiales con distintas actividades vinculadas al mundo de la pesca y presencia en más de 20 países.

Una de las estrategias claves que ha permitido un crecimiento tan espectacular ha sido la creación de empresas mixtas o de filiales en los países con caladeros importantes. En la actualidad están diversificando a acuicultura y ampliando la gama, ampliando los platos preparados, comida para animales de compañía,

ESTRUCTURA INDUSTRIAL DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE CONGELADOS DE LA PESCA





preparados gastronómicos, etc. Incluso están verticalizando las etapas finales, llegando a establecer restaurantes y tiendas propias.

Conservas

En este segmento coinciden empresas muy heterogéneas: junto a unas pocas de gran tamaño con la extracción total o parcialmente verticalizada, conviven empresas artesanales especializadas en productos de calidad diferencial y firmas de tamaño intermedio.

Existen unas 140 plantas de conservas de pescado activas, de las que 71 están en las rías gallegas. De éstas, las que se encuentran con más problemas son las de tamaño intermedio y producto indiferenciado. Para la mayor parte de las empresas es un problema la dependencia de muy pocas especies.

El grupo líder está muy concentrado, la mayor empresa tiene una cuota del 16% y entre las cuatro primeras reúnen el 55% de la producción española. Todas las firmas del grupo líder están diversificando su gama, incluso a platos preparados y alimentos para animales de compañía y están aumentando su presencia en terceros países, en los que tienen una buena parte de la capacidad de producción; también han entrado en acuicultura.

Cabe destacar el proceso de concentración de estas empresas y la estrategia de adquirir o fusionarse con empresas de países terceros (Calvo ha adquirido a la brasileña Gomes da Costa).

Ahumados

Se trata de un sector pequeño, muy dependiente del salmón, producto en el cual la marca de la distribución ostenta el 56%. La principal empresa (Vensy España) trabaja 2.200 toneladas, la segunda (Copesco & Sefrisa, SA) unas 1.000 y la tercera, Grupo Astorgana, 770.

Salazones

Dentro de esta subcadena existen tres segmentos diferenciados: bacalao, anchoas y las restantes salazones. En el primero se encuentran las empresas mayores, que están bastante dispersas en España, la producción de anchoas está en manos de empresas pequeñas y medianas, aunque también la producen las grandes conserveras y las restantes salazones se encuadran en los alimentos tradicionales, las elaboran pequeñas y medianas empresas, la mayoría especializadas y se limitan a zonas concretas.

PRINCIPALES COMERCIALIZADORAS DE PESCADO Y MARISCO CONGELADOS 2003. TONELADAS

GRUPO PESCANOVA	120.000
GRUPO FREIREMAR	80.000
GRUPO AMASUA	50.000
GRUPO IBÉRICO DE CONGELADOS	41.000
GRUPO PEREIRA	40.000
GRUPO BANCHIO	40.000
PESCAPUERTA	38.000
GRUPO MARFRÍO	30.000
SA EDUARDO VIERA	27.000
CONGELADOS Y FRESCOS DEL MAR, SA	25.000

FUENTE: Alimarket.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONSERVAS DE PESCADO 2004. TONELADAS

JEALSA RIANXEIRA, SA	104.000
GRUPO CALVO	91.000
FRINSA DEL NORTE, SA	85.000
CONSERVAS GARAVILLA, SA	82.000
BERNARDO ALFAGEME, SA	53.400

FUENTE: Alimarket.

PRINCIPALES TIPOS DE EMPRESAS DENTRO DE LA CADENA DE PESCADO

- EMPRESAS CONGELADORAS VERTICALIZADAS
- MAYORISTAS EN DESTINO DE CONGELADOS
- MAYORISTAS EN DESTINO DE FRESCO
- CONSERVERAS DE GRAN DIMENSIÓN
- CONSERVERAS Y EMPRESAS DE SALAZONES DE PRODUCTOS DE CALIDAD DIFERENCIAL

PRINCIPALES TENDENCIAS

- El proceso de concentración en el grupo líder de congelados y de conservas está muy avanzado. Las empresas conserveras medianas están siendo absorbidas.
- Se consolida una tendencia del grupo líder a establecer filiales extractivas, acuícolas e industriales en países con riqueza pesquera o costas adecuadas.
- Se reafirma la tendencia a la verticalización de la actividad extractiva y la acuicultura con la industria.
- Se consolida el desarrollo de la acuicultura. Las grandes empresas están apostando por esta actividad.
- En congelados, aunque el líder tenga toda la cadena verticalizada, se consolida el mayorista de destino con tiendas verticalizadas o en franquicia.
- El mayorista en origen de congelados cada vez aporta más funciones logísticas.
- Se afianza el congelado como suministro de la industria conservera.
- Se consolida la aportación de la acuicultura a la industria conservera.
- Se asegura un segmento de empresas de conservas y salazones vinculadas a productos de calidad diferencial que obtienen buenos resultados. Un segmento de estas empresas está creciendo de forma relevante.
- En general, se está ampliando la gama de productos finales con objeto de romper la excesiva dependencia de pocos productos.
- Las empresas congeladoras y las conserveras están entrando en el mercado de platos preparados, fundamentalmente en aquellos cuyo principal componente es el pescado.
- Dentro de su estrategia de diversificación, varias empresas han iniciado la fabricación de alimentos para animales de compañía.
- El segmento líder dentro de los mayoristas en destino de pescado fresco está introduciendo distintos tipos de manipulado, adoptando mecanismos que permiten alargar el período de comercialización y la venta en lineal.
- Se detecta un proceso de verticalización entre algunos mayoristas y redes de pescaderías.
- La gran distribución sigue la misma estrategia que con otros productos frescos, llegando a acuerdos de suministros a medio plazo con algunos mayoristas en origen y destino.

▼ La cadena de producción de frutas y hortalizas frescas

EL CONSUMO

En el año 2003, el consumo de hortalizas frescas en España ascendió a 2.730 millones de kilos, cifra muy parecida a la de 1987. El mayor consumo se registró al principio de la década de los noventa. A partir de ahí inició una caída que se prolongó hasta los años 1995 y 1996 y desde entonces ha iniciado una recuperación. Entre 1999 y 2003 el consumo total ha subido un 10,7%. Dentro de las hortalizas el mayor consumo en cantidad corresponde a los tomates, seguidos de cebollas y el conjunto de las lechugas. En esos años han subido los consumos de tomates, cebollas, pimientos, pepinos y champiñones, mientras bajan o se mantienen los restantes productos, siendo necesario destacar el incremento del epígrafe “otras” que incluye los nuevos productos.

El consumo de patatas se sitúa en 1.858 millones de kilos, el 78% frescas y el resto congeladas y procesadas, que están aumentando. El consumo de patatas ha bajado constantemente desde 1987, la caída ha sido de un 34% centrada en el producto fresco.

El consumo de patatas y hortalizas frescas se concentra en los hogares: casi el 83% de las hortalizas y el 70% de patatas. El consumo de patatas procesadas y congeladas es proporcionalmente muy superior en hostelería. La participación del consumo en los hogares ha caído desde 1987 cuatro puntos para las hortalizas y doce para las patatas.

En el análisis de los consumos de hortalizas hay que tener también en cuenta el comportamiento del consumo de congelados y conservas; desde 1987 se ha multiplicado por dos el consumo de platos congelados a base de vegetales y casi por la misma cifra el consumo de hortalizas en conservas y congeladas.

El consumo de frutas frescas asciende a 4.125 millones de kilos (2003), más del 90% en el hogar. El consumo en hostelería es escaso. Desde 1987 el consumo de frutas frescas ha caído más de un 7%. El descenso del consumo siguió una línea continua hasta 1997, año en que se estabilizó. Desde el año 2000 se ha experimentado una subida considerable, aunque aún está por debajo de la cantidad correspondiente a 1990. En estos años ha experimentado un auge considerable el epígrafe “otras”; que incluye las frutas exóticas.

LA DISTRIBUCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS Y EL PAPEL DE LA GRAN DISTRIBUCIÓN

En patatas, la tienda tradicional mantiene una participación del 35,5% con una tendencia a la baja y la gran distribución tiene una participación ligeramente superior al 40%, los canales alternativos mantienen una cuota alta, aunque ha bajado mucho el mercadillo. En hortalizas, la tienda tradicional se acerca al 42% del mercado, con una tendencia ligeramente alcista debido posi-



blemente a la absorción de parte del canal de mercadillo y autoconsumo; la participación es diferente en unas u otras gamas; la gran distribución supera ligeramente el 40%, debido sobre todo al crecimiento registrado en el formato de tienda supermercado. En el conjunto de frutas frescas la tienda tradicional supera el 45% y la gran distribución no llega al 42%, han caído las ventas en mercadillo.

En la mayor parte de las producciones están muy igualados el peso de la tienda tradicional y la gran distribución. Dentro de ésta, los supermercados tienen participaciones mucho más altas en todas las gamas de frutas y hortalizas frescas.

La estrategia de la gran distribución con respecto al sector de frutas y hortalizas frescas ha experimentado un cambio radical en los últimos diez años, en el marco del nuevo papel del conjunto de la alimentación fresca en sus tiendas. Esto se ha traducido en mayor atención a la sección, que, con frecuencia, cada vez ocupa mejores y mayores espacios, desarrollo de marcas propias, para las que se busca un mayor valor añadido y a las que se exige trazabilidad prioritariamente, ampliación de las gamas y formatos ofertados, búsqueda de diversas soluciones al merchandising de estos productos, cuestión aún no resuelta del todo y en la que conviven diversas opciones.

La nueva estrategia de la distribución de frutas y hortalizas ha comportado cambios fundamentales en las formas de acopio por parte de la gran distribución que han alterado profundamente el funcionamiento de la cadena de producción con la creación de centrales de compra, que unifican los criterios y califican a los suministradores, limitando su número, la puesta en marcha de protocolos de producción, especialmente para los segmentos destinados a la venta con marca propia, que implican la imposición de condiciones a todas las fases anteriores de la cadena de

producción, el establecimiento de acuerdos de suministro a medio plazo, en los que el precio queda sin fijar pero se especifican las condiciones del producto.

Como resultado de esta estrategia, varias empresas de la gran distribución han creado centrales de compra específicas de frutas y hortalizas, con personalidad jurídica propia, que actúan en la fase anterior de la cadena de producción. Actualmente, se estima que el volumen total de la producción que se canaliza a través de estas centrales oscila entre el 25% y 30% de la producción española, siendo su peso mayor en el producto destinado a la exportación. En esta estrategia de la gran distribución y en la nueva configuración de los canales comerciales han cobrado una importancia particular las empresas logísticas, algunas de las cuales llevan a cabo una gestión integral del producto desde el origen.

En respuesta a esta dinámica, desde las fruterías y desde los mayoristas de origen se detectan algunas estrategias coincidentes con las de las grandes superficies y que también tienen incidencia en la cadena de producción, tales como la ampliación de la gama de productos y formatos y de los servicios ofertados a los clientes, la mejora de las instalaciones, la verticalización con los mayoristas en destino y puesta en marcha de una estrategia

de acuerdos en origen para el suministro, la mejora del servicio a Horeca y la creación de cadenas de fruterías generalmente con algún mayorista.

El suministro a los canales Horeca sigue una estructura muy distinta. Los distribuidores específicos canalizan en torno al 40%, seguidos de los mayoristas con el 22-27%. La tienda tradicional está en torno al 15-17% y la gran distribución se queda en el 14-15%.

EL COMERCIO EXTERIOR

El 33,3% de la producción hortofrutícola española (excluidos frutos secos) se destina a la exportación, el 39,5% considerando sólo la producción destinada a consumo en fresco. Únicamente en plátano y patata la exportación es menor que la importación.

En términos generales, el peso de la exportación es mayor en los sistemas productivos intensivos. Por gamas de productos la situación es la siguiente:

- Cítricos: casi el 60% de la producción total y más del 75% de la producción destinada a fresco se dedican a los mercados exteriores, mientras la importación es muy pequeña.
- Hortalizas: casi un tercio de la producción total y más del 38% de la producción destinada a fresco se dedican a la ex-



portación. El volumen de las importaciones con respecto a la producción es muy pequeño.

- Frutas no cítricas: la exportación supone casi el 19% de la producción total y más del 22,5% de la producción destinada a consumo en fresco. La importación alcanza el 5,5% de la producción y se concentra en algunas producciones.
- Patata: la exportación tiene poco peso (7% del total), muestra un saldo negativo y las importaciones suponen cerca del 20% de la producción, cifra que varía mucho de unos años a otros.
- Plátano: la exportación supone un 30% de la producción, pero presenta un saldo ligeramente negativo.

Cabe citar que, aunque la balanza exterior es netamente positiva, han aumentado las importaciones, sobre todo de productos exóticos.

CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS QUE CONDICIONAN LA CADENA DE PRODUCCIÓN

En la práctica se contemplan varias segmentaciones superpuestas de los mercados de frutas y hortalizas que se resumen en dos grandes bloques:

El mercado de la producción dirigida a la gran distribución y en menor medida al conjunto de la exportación. En gran medida de fuera de temporada, caracterizado por los altos niveles de organización, la existencia de grandes operadores y el control sobre el producto. En este segmento se están extendiendo los acuerdos a medio plazo y está disminuyendo el paso por los mercados centrales.

El mercado de los productos de temporada y el mercado interior destinado a los canales tradicionales. Es un mercado mucho más desorganizado, cuyo agentes están más fragmentados, caracterizado por el peso de las subastas y acuerdos de compraventa en el mercado abierto. En las hortalizas mantienen peso las subastas (Andalucía) y los mercados centrales.

Mientras en los primeros se tiende a una producción verticalizada con dos grandes operadores, origen y destino, y múltiples servicios intermedios, en el segundo existen varios saltos co-

merciales y las operaciones de compraventa en el mercado abierto tienen lugar en los mercados de origen y destino.

Esta segmentación de la cadena de producción da lugar a situaciones diferentes en los mercados origen y destino. En el primero existen dos situaciones totalmente diferentes: el mercado desorganizado y el mercado organizado, en el cual los agricultores están verticalizados con la primera puesta en mercado a través de cooperativas, SAT o incluso sociedades mercantiles, está extendida la figura de Organización de Productores (OP) y están dirigidos a los mercados destinos más cualificados. Las OP canalizan en torno al 50% de la producción.

Los mercados en destino o mercados centrales están perdiendo importancia en toda Europa, en la medida en que se extienden los acuerdos directos entre las firmas de la gran distribución y el origen. Este fenómeno, muy asentado en el norte de Europa, está más atrasado en los países del sur. En Alemania y el Reino Unido se estima que la gran distribución canaliza más del 85% de las frutas y hortalizas, en torno al 60% en Francia y sobre el 30% en España.

En España, hay que tener en cuenta también el papel de la Red de MERCAS, que aglutina a la mayor parte de los mayoristas en destino, e incluso a operadores de mayor rango vinculados a las grandes firmas multinacionales operadoras de los mercados de frutas. Las MERCAS (23 en toda España, con titularidad pública entre los Ayuntamientos respectivos y el Estado, a través de MERCASA) han facilitado las instalaciones y la logística de los productos frescos, han colaborado en la concentración física del producto y han favorecido la transparencia del mercado.

En las 23 MERCAS están ubicadas unas 1.200 empresas de distribución de frutas y hortalizas, que comercializan anualmente más de 5 millones de toneladas de estos productos, con un valor cercano a los 4.000 millones de euros. Las MERCAS más importantes tienen un radio de actuación muy superior a la localidad donde están ubicadas. La participación del producto canalizado a través de la Red de MERCAS alcanza entre el 35% y 40% en patatas, entre el 50-60% en frutas y algo más en hortalizas.

POLÍTICAS AGRARIAS CON INCIDENCIA EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS

El cambio más radical vivido por el sector hortofrutícola español fue motivado por la adhesión a la UE. El final del período transitorio, a principio de los años noventa, eliminó las restricciones, en los mercados de la Unión Europea a las producciones españolas, multiplicándose los flujos. Desde entonces, los cambios acaecidos en la OCM han influido en cada etapa histórica. Entre los principales elementos de influencia cabe citar el salto organizativo de la producción a través de la generalización de las OPFH, catalogación en las que, además de la mayoría de las cooperativas, están incluidos buena parte de los operadores que han adoptado la figura jurídica de SAT y cumplen las condiciones de la norma.

Los principales instrumentos utilizados por esta OCM para la



regulación de la producción y el mercado hortofrutícola son: las normas de calidad, las Organizaciones de Productores, que obligan a concentrar la oferta, los fondos operativos destinados a la mejora de las estructuras y la financiación de retiradas. También existen medidas de protección frente a productos de terceros países. La OCM de frutas y hortalizas regula la posibilidad de constituir interprofesionales y establece los requisitos que este tipo de entidades han de reunir.

En la actualidad hay dos cuestiones que tienen un peso decisivo en el futuro del sector: la apertura de las fronteras de la Unión Europea a productos hortofrutícolas de países terceros y la ampliación de la UE. Los posibles efectos de una y otra son diferentes para cada uno de los sistemas productivos especificados al principio:

- Los acuerdos con los países del Mediterráneo Sur aumentan la competencia de sus producciones con los sistemas más intensivos de la producción hortofrutícola española. Sin embargo, la ampliación de la UE aumenta el número de consumidores.
- La ampliación de la UE puede tener repercusiones negativas en los productores de patata y fruta dulce, en especial de pera y manzana.

RECURSOS ESPECÍFICOS DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS

- ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL DE CÍTRICOS: INTERCITRUS
- ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL DEL LIMÓN: AILIMPO
- ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL DE PERA Y MANZANA: AIPEMA
- ENTIDADES DE PROMOCIÓN GENÉRICA: 5ALDIA, FUNDACIÓN SALUD Y SABOR, ETC.
- RED DE MERCAS INTEGRADAS EN MERCASA
- DENOMINACIONES DE ORIGEN: EXISTEN 15
- COMITÉ PARA LA APLICACIÓN DE LA TRAZABILIDAD EN AECOC

- La mayor entrada de productos de contra estación, procedentes del hemisferio Sur, puede afectar negativamente a la producción de pera y manzana europeas, basada en el mantenimiento en cámara y la venta a lo largo del año.
- La mayor entrada de banana puede afectar negativamente a la producción de plátano canario, pero a su vez la ampliación de la UE amplía el mercado consumidor.

LA PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

La participación del conjunto de las frutas y hortalizas (destino fresco e industrial) en la Producción Final Agraria supone casi el 32%. La superficie de frutas y hortalizas se extiende por todo el territorio nacional y abarca desde las zonas más productivas de la agricultura española hasta los huertos de los ruedos de los pequeños municipios cuyas producciones se destinan al autoconsumo o al consumo local.

En términos generales, son las producciones que se cultivan bajo plástico, las más intensivas, las que configuran la parte esencial de los sistemas productivos más modernizados y estructurados. Coinciden con las primeras en orientarse a la exportación hacia los restantes países europeos. A esta dinámica se han incorporado desde hace unos años algunas producciones intensivas de exterior como las lechugas. La superficie protegida, mal recogida en las estadísticas, está creciendo.

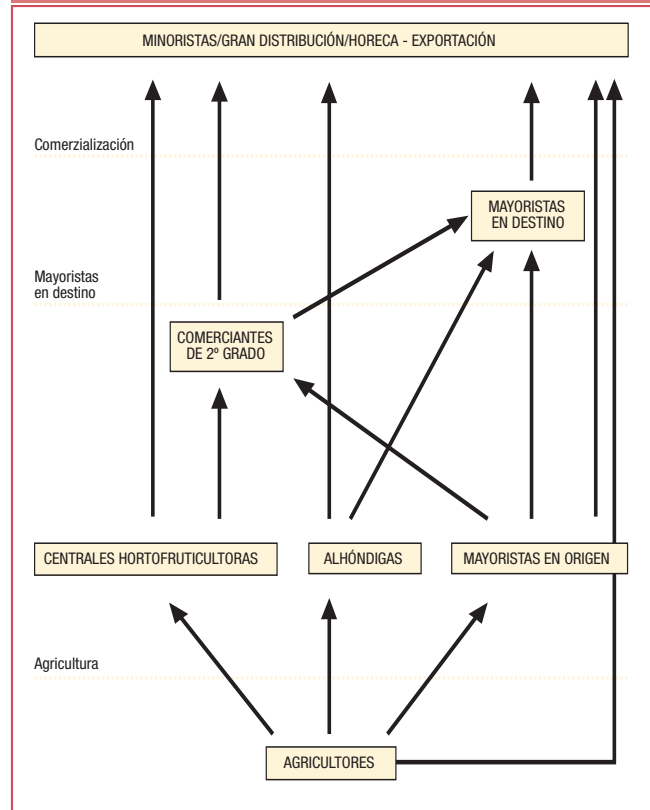
El sector de frutas y hortalizas frescas está incluido dentro de las empresas comerciales (Código 5131) en el que están los mayoristas de frutas, hortalizas y verduras. El INE recoge la existencia de 9.737 empresas con una facturación superior a los 20.000 millones de euros en el 2001. En 1998 recogía casi la misma cifra de empresas y unos 16.320 millones de euros. El incremento de la facturación ha sido superior al 24% en cuatro años. La facturación del sector comercial mayorista de frutas y hortalizas lo consolidan como el principal dentro del sistema agroalimentario español y uno de los que muestran mayores crecimientos.

ANÁLISIS DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN

Los agentes que se analizan en esta cadena comercial juegan distintos tipos de funciones en la cadena de producción: la adecuación y tipificación del producto, en su caso el envasado, las tareas logísticas necesarias, las tareas comerciales y las operaciones de comercio exterior. Con frecuencia se intercalan unas y otras. Este sector está alcanzando rápidamente un nivel considerable de verticalización mediante diversos mecanismos. Además, la inexistencia de transformaciones radicales facilita el desarrollo de la actividad de las empresas de una fase en las adyacentes.

Todas las empresas consideradas asumen la responsabilidad empresarial sobre el producto. Sin embargo, en este sector es frecuente la existencia de operadores logísticos que realizan gran parte de las tareas de la cadena de producción. Algunos de los operadores del sector actúan asumiendo la responsabilidad empresarial del producto, por lo que forman parte del núcleo duro de la cadena de producción, o en calidad de empresas de servicios, cuando así lo demanda el cliente. Hay que tener en cuenta que la logística de los productos que deben mantenerse a frío sobre cero es particularmente compleja. La mayor parte de las producciones del sector de frutas y hortalizas frescas no se almacena. En todo caso se mantienen unos pocos días con objeto de homogeneizar el producto y escalar su salida al mercado. La gestión de este almacenamiento es muy importante para evitar el deterioro. Generalmente es realizado por el operador co-

ESTRUCTURA INDUSTRIAL DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS



mercial en origen. Existen, sin embargo, algunas producciones en las que la gestión del almacenamiento es fundamental en la gestión de la campaña: manzana y pera, plátano, cítricos, melocotón, uva de mesa, etc.

En algunas gamas de productos, especialmente en cítricos y algunos otros frutales, la recolección es tradicionalmente asumida por el primer operador comercial en origen, debido a que la mayor parte de la cosecha se vende en árbol. Esto significa que este operador organiza la entrada en almacén y el ritmo de recolección, retira el destrío y asigna en la práctica los volúmenes para la industria.

Las fases fundamentales que se identifican son: producción agraria, primera puesta en mercado y comercialización en destino. La adecuación para la venta (normalización y en su caso envasado) puede ser asumida por cualquiera de ellas, aunque normalmente es el operador del mercado en origen el que la realiza. Esta cadena se adecua al destino del producto. Por ejemplo, en los mercados de radio corto desaparece la comercialización en destino. El sector de frutas y hortalizas forma un conjunto muy amplio (se estima que hay unos 10.000 operadores sin contar a los minoristas ni a las explotaciones agrarias) y heterogéneo, poco concentrado y con operadores y mecanismos de mercado diferentes según orígenes, aunque las últimas fases de la cadena

de producción son comunes, por eso se delimitan producciones homogéneas con comportamientos específicos, generalmente vinculadas a áreas concretas de producción. En este sentido hay que considerar los “sistemas productivos”, con especificidades bien delimitadas.

Dejando a un lado los productos destinados al mercado de radio corto, se configuran dos tipos de canales de comercialización:

- Canal de comercialización moderno: referido a los productos destinados a la gran distribución. En éste se encuentran los mayores operadores tanto de origen como de destino. Son frecuentes los protocolos de producción y los acuerdos a medio plazo. La mayoría de las empresas están certificadas. Los niveles de verticalización son altos y, en buena medida, ha desaparecido el paso por los mercados centrales.
- Canal de comercialización tradicional: referido a los productos caracterizados por su paso por los mercados centrales y su venta en fruterías tradicionales.

La diferencia entre ambos tipos no es nítida. Dentro de los mercados centrales se encuentran empresas que han alcanzado niveles de verticalización considerables con sus suministradores. A la vez hay empresas de la gran distribución que compran en los mercados centrales, y redes de fruterías que se están verticali-

ESTIMACIÓN DEL VOLUMEN DE FRUTAS Y HORTALIZAS COMERCIALIZADO EN CADA CANAL

	CANAL TRADICIONAL	MODERNO	RADIO CORTO
PATATAS	40-50%	30-35%	25-30%
HORTALIZAS	60-65%	25-30%	5-10%
FRUTAS	55-60%	25-30%	10-15%

FUENTE: Centro de Documentación de Saborá.

zando con mayoristas en destino y realizan acuerdos de suministro con las fases anteriores. Aun así es posible hacer una aproximación al peso de cada uno de estos canales según gamas.

LAS EMPRESAS DE LAS FASES DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN

La fase agraria

El Censo Agrario de 1999 recoge 71.743 explotaciones cuya orientación técnico-económica predominante es la horticultura y flores y 271.135 en frutales, incluyendo las que destinan su producción al consumo en fresco y a la industria, así como el cultivo en invernadero, altamente tecnificado, y las producciones al aire



libre. Las condiciones de producción de unas y otras son completamente diferentes.

El análisis de la evolución entre 1989 y 1999 del número de explotaciones agrarias muestra que existe una tendencia decreciente, mientras se mantiene la superficie total, incrementándose por tanto el tamaño medio de las explotaciones, que sigue siendo muy bajo. Cabe resaltar el incremento del tamaño en este período, muy alto sobre todo en horticultura.

Estas cifras globales no permiten apreciar la dualidad que existe en el sector agrario de frutas y hortalizas. Junto a una enorme mayoría de pequeñas explotaciones, se encuentran algunas grandes unidades de producción, las “agrofactorías vegetales”, enormes empresas productoras que tienen verticalizada la producción agraria y la comercialización y se han convertido en líderes de los sistemas productivos más avanzados y competitivos. Estas explotaciones son las de mayor dimensión laboral dentro del sector agrario. Por otro lado, la disciplina de algunas cooperativas, también especialmente en los sectores más competitivos, permiten superar el problema de la escasa dimensión.

La primera fase comercial: la comercialización en origen

Esta fase está compuesta por los comercializadores en origen, sean o no centrales hortofrutícolas. Las diferencias entre unos y otros son muy importantes dando acceso a uno u otro ti-

po de mercado. La mayor o menor participación de unos operadores u otros difiere en los sistemas productivos definidos anteriormente.

– Centrales hortofrutícolas

Tienen más peso en los sistemas productivos más intensivos y mejor organizados: productos intensivos del sudeste, tomate canario, fresa, cítricos, plátano, fruta, etc. Según la información del MAPA existen unas 2.000 centrales hortofrutícolas de manipulación y venta y unos 4.000 agricultores que manipulan su producto. El 44,6% del producto dirigido al mercado nacional pasa por centrales hortofrutícolas, y prácticamente la totalidad del producto exportado. La producción que pasa por centrales hortofrutícolas supone más del 65% de la producción total; el 35% restante es el producto destinado a los mercados de radio corto y una parte del canal tradicional del mercado nacional.

Entre las centrales hortofrutícolas hay un predominio de cooperativas, SAT y sociedades mercantiles, siendo menor la participación de las personas físicas.

Es un sector poco concentrado en términos generales, donde las 5 primeras empresas sólo reúnen el 9% de la facturación total. Sin embargo, la concentración en los segmentos destinados a los mercados exteriores y en los sistemas intensivos es mayor y está creciendo. Existen algunas grandes empresas con amplia





gama y fuertes volúmenes, algunas de las cuales tienen establecimientos en varias zonas y trabajan en más de uno de los sistemas productivos descritos anteriormente.

En esta categoría se encuentran las “agrofactorías vegetales”, empresas que integran la producción agraria y la manipulación y son los mayores productores europeos de frutas y hortalizas. Tienen el mayor nivel del sector en incorporación de tecnología y logran mejores rendimientos por metro cuadrado.

– Mayoristas en origen sin central hortofrutícola

Este colectivo está formado por un número muy alto de operadores con una estructura muy deficiente, están muy fraccionados. Su actividad se concentra en la comercialización de los productos de los agricultores no organizados. Pueden comprar en firme o a comisión. Su participación en el mercado es mayor en las gamas menos organizadas y en los productos de temporada.

La segunda fase comercial: la comercialización en destino

– Mayoristas tradicionales en destino

Básicamente ubicados en las MERCAS. En su interior se localizan empresas de diferentes tamaños. La mayoría son empresas pequeñas que se dedican a la venta a los detallistas. Existe un número significativo de empresas medianas que con cierta frecuencia tienen accionistas comunes entre sí. En las Mercas se encuentran también establecimientos de empresas de mayor dimensión.

Entre los mayoristas hay algunos especializados (gama de exóticos, patatas, cebollas, ajos, plátano, etc.) que han adaptado sus estructuras a su objetivo. Frecuentemente trabajan con una gama amplia de productos.

Un colectivo de estas firmas ha llegado a acuerdos de capital con operadores en destino de otras localidades. Los de dimensión mayor se han unido a algunos de los grandes operadores de los mercados europeos de frutas y hortalizas, pasando a formar parte de su capital e integrando sus actividades.

– Grandes operadores comerciales de frutas y hortalizas

Existen grandes operadores comerciales de frutas y hortalizas, que trabajan con producto importado y producido en España y que operan también en mercados extranjeros. Suelen tener to-

RELACIONES HORIZONTALES ENTRE LA CADENA DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS Y EL RESTO DEL SISTEMA ALIMENTARIO

- ALGUNAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE CÍTRICOS TRABAJAN EN ZUMOS
- EN ALGUNOS SUBSECTORES EL PRIMER COMPRADOR TRABAJA PARA LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE FRESCO Y DE TRANSFORMADO
- HAY COOPERATIVAS QUE TRABAJAN PARA LAS CADENAS DE FRESCO Y DE TRANSFORMADO
- LOS GRANDES OPERADORES COMERCIALES OPERAN CON PRODUCTO ESPAÑOL E IMPORTADO EN TODAS LAS GAMAS
- ALGUNAS DE LAS COOPERATIVAS SON MULTISECTOR Y TRABAJAN OTRAS PRODUCCIONES
- LAS CENTRALES DE COMPRA DE LA GRAN DISTRIBUCIÓN PERTENECEN A EMPRESAS MULTISECTOR

PRINCIPALES OPERADORES DEL MERCADO NACIONAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS MILLONES DE EUROS

SOCOMO	451,00
COOPERATIVA ANECOOP	388,97
GRUPO EUROBAN SL	270,00
GRUPO FERNÁNDEZ FRUTTITAL	200,00
GRUPO MARTINAVARRO	195,00
GRUPO AMC	175,00
AGRUPAEJIDO SA	156,00
GRUPO FEMADO	142,00
COOPERATIVA CASI	138,69
GRUPO POMONA	135,66
GRUPO LA UNIÓN	128,85
GRUPO BONNYSA	120,54
GRUPO NUFRI	118,01
GRUPO G'S FRESH SALADS	115,00

FUENTE: Alimarket.
Datos de 2003.

da la gama de productos. Algunos tienen instalaciones en las principales MERCAS. Aunque es frecuente que cuenten con actividad en todas las fases de la cadena de producción, su actividad principal se centra en la intermediación. Algunas de ellas cuentan con una estructura logística muy sólida, que les ha permitido que esa sea una de sus actividades principales.

Dentro de este colectivo de empresas se encuentran: filiales de los grandes operadores mundiales de frutas, grandes empre-



PRINCIPALES EXPORTADORES DE FRUTAS Y HORTALIZAS

MILLONES DE EUROS

COOPERATIVA ANECOOP	337,55
SOCOMO	171,00
GRUPO MARTINAVARRO	146,27
SANLUCAR FRUITS, SL	94,00
GRUPO G'S FRESH SALADS	90,00
GRUPO HORTOFRUTÍCOLA PALOMA	85,00

FUENTE: Alimarket.
Datos de 2003.

sas de capital nacional que se han fusionado con firmas europeas y han ampliado su dimensión y gama, filiales de grandes mayoristas europeos, centrales de compra de las empresas de la gran distribución; en la actualidad están operando en España al menos 12 y una de ellas forma parte de los 5 primeros operadores del sector y cooperativas de segundo grado, de las que existen unas 20 de gran tamaño, algunas se encuentran entre las de mayor facturación dentro del sector de frutas y hortalizas.

PRINCIPALES TENDENCIAS DETECTADAS

- Está creciendo el volumen de mercancía que pasa por la gran distribución, aunque en los países productores del sur es sensiblemente inferior.
- La gran distribución tiende a centralizar sus decisiones de compra y a exigir protocolos de producción y especificaciones de productos, a la vez desarrollan acuerdos a medio plazo con sus suministradores.

- La gran distribución tiende a limitar el número de suministradores.
- Está aumentando el producto con marca. Apuestan por marca propia los mayores operadores de origen, los grandes operadores comerciales de segundo grado y la gran distribución.
- En el producto canalizado a través de la gran distribución y en aquel que lleva marca de los grandes operadores comerciales, se exige certificación de procesos.
- Las centrales de compra de la gran distribución, bien sean departamentos o filiales, se sitúan entre las grandes operadoras de la cadena de producción.
- Está aumentando muy deprisa la exigencia de trazabilidad.
- Está creciendo el volumen de producto que llega envasado al lineal.
- Sigue aumentando la gama ofertada con nuevos productos, a través de la desestacionalización y los productos de contraestación y mediante nuevas preparaciones y tipos de envasado.
- Después de años de estancamiento, está creciendo el producto de cuarta gama.
- Continúa el ritmo rápido de desarrollo de nuevas variedades, que cada vez tienen más en cuenta las cuestiones organolépticas.
- Todo este proceso está obligando a incrementar la concentración de los operadores en origen, y la verticalización con sus agricultores suministradores, aumentando la disciplina y el control en campo.
- Este doble proceso de concentración y verticalización se encuentra en distinto estadio de desarrollo en los distintos sistemas productivos. Es mayor en los que tiene más peso la exportación. Ha aumentado mucho su ritmo en los últimos años, cambiando la composición del grupo líder.
- Se aprecia una creciente distancia entre el grado de organización y especialización en los sistemas productivos específicos y la producción dispersa de temporada, menos concentrada y verticalizada.
- En los mercados de radio corto se mantiene una presencia alta de la producción de temporada y pasa poca producción por las centrales hortofrutícolas.
- Está aumentando mucho el tamaño de las “agrofactorías vegetales”, que a la vez están buscando nuevas localizaciones dentro y fuera de España.
- La mayor parte de los operadores de origen han optado por solventar el problema de la mano de obra con la contratación de inmigrantes en origen.
- Se mantiene un deficiente servicio a los canales Horeca.
- Se aprecia un proceso de concentración en las fruterías, vía franquicia, almacén común o capital, que está dinamizando una parte de este segmento y permite la verticalización con los mayoristas en destino y la compra en origen.



▼ El sistema de producción de frutas y hortalizas transformadas



EL CONSUMO Y LA DISTRIBUCIÓN

La publicación *La Alimentación en España* recoge el sector de frutas y hortalizas transformadas en varios epígrafes: aceitunas, patatas, frutas y hortalizas transformadas y platos preparados cuyo componente principal es vegetal.

El consumo de aceitunas alcanza los 156,5 millones de kilos (2003), cifra ligeramente superior a la que se consumía en 1987 (149,51). Desde esa fecha el consumo total bajó hasta los 83,42 millones de kilos del año 1995, a partir de ese momento se inició un incremento paulatino. Entre 1999 y 2003 el aumento es del 30% en volumen. El consumo en los hogares es del 73,33%, casi 5 puntos por encima de la participación en 1987 (66,95%). Es relevante el incremento de la participación de las ventas de producto envasado, cerca del 74%, frente a 48,39% en 1987.

El consumo de patata congelada y procesada ha subido un 130% desde 1999. En el 2003 está alrededor de 265 millones de kilos. En estos años ha aumentado la participación de la patata congelada: mientras en 1999 suponía el 35,6%, en el 2003 ha alcanzado el 75%. Este incremento está relacionado con el consumo en los canales Horeca y, en especial, con el consumo en los restaurantes de comida rápida. La participación de los hogares en el consumo de la patata procesada se mantiene en torno al 70% desde 1997, aunque en el 2003 ha subido casi al 74%, y en patata congelada entre el 37% y 40% (más del 42% en 2003).

Las frutas y hortalizas transformadas incluyen tomate (frito y natural), frutas y hortalizas en conserva y congeladas. Desde 1987 el consumo de estos productos ha aumentado un 75,7%, alcanzando en el 2003 los 714,4 millones de kilos. En los últi-

mos cinco años el incremento ha sido de un 7%. El comportamiento de las distintas gamas es muy variable: ha subido casi un 50% el tomate frito, mientras el natural se mantiene; las frutas y hortalizas en conservas han subido un 116%, entre 2000 y 2003 un 25%, las frutas y hortalizas congeladas han subido un 138%. En estos incrementos juega un papel fundamental la diversificación de la gama.

El consumo de zumos de vegetales se ha multiplicado por casi 2,95 entre los años 1987 y 2003. Se produjo un crecimiento muy fuerte hasta 1993, se estancó y en 1999 se inició otra etapa de crecimiento acusado. Desde 1997 se conocen los datos desagregados de los distintos tipos de zumos. En la actualidad el mayor capítulo es el melocotón (más del 25%), seguido de la piña (casi 24%) y la naranja (casi 22%). La participación de los tres está disminuyendo. En todo este período, el zumo de uva se ha mantenido con una ligera tendencia a la baja. Cabe señalar el incremento del epígrafe "otros", que muestra la diversificación del consumo.

El consumo de los platos preparados cuyo componente principal es vegetal en el año 2003 fue de 43,12 millones de kilos, el incremento en los dos últimos años ha sido de más del 80%. El 86% del consumo tiene lugar en los hogares, cifra similar a la de las frutas y hortalizas congeladas simples.

La gran distribución acapara entre el 82 y el 94% de las compras de los hogares de frutas y hortalizas transformadas y el 70% de las aceitunas. Los productos vegetales congelados que se consumen en los hogares se adquieren en la gran distribución (64,6%); la tienda tradicional, que incluye el comercio especializado, absorbe el 23,6% y la venta a domicilio supera el 10%.

La estrategia de la gran distribución con respecto a estos productos se caracteriza por el desarrollo de las marcas propias, la reducción del número de referencias en lineal, la centralización de las decisiones de compra y el establecimiento de plazos de pago entre 90 y 120 días.

CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS INTERMEDIOS QUE CONDICIONAN LA CADENA DE PRODUCCIÓN

A lo largo de la cadena de producción de frutas y hortalizas transformadas existen diversos mercados determinados por las empresas que participan en ella. El más importante tiene lugar entre la producción agraria y la industria transformadora. Existen también otros mercados entre los que destacan los de productos semielaborados, objeto de gran parte de los flujos internacionales, y los que tienen lugar entre las empresas de primera y segunda transformación. Por último, se encuentra el mercado de los productos terminados entre las industrias y la distribución.

- El mercado entre los agricultores y la industria de primera transformación. El rasgo principal de este mercado es su



estacionalidad, que condiciona la actividad de las empresas. Además, en bastantes productos, está vinculado al mercado de producto con destino a fresco. La industria de primera transformación se abastece directamente desde los agricultores, o bien realiza las compras a cooperativas. Con frecuencia existen contratos, incluso en algunos casos amparados por la OCM. Están aumentando las cooperativas, que juegan un papel estructurador de la producción.



- El mercado entre la primera y la segunda transformación incluye las operaciones de productos semielaborados en el mercado internacional y nacional: zumos concentrados, salmueras, etc. Suelen realizarse a través de grandes operadores internacionales o bien incluso en mercados de futuros, en algunos casos se trata de operaciones entre filiales de un mismo grupo empresarial. La venta a las empresas que realizan la segunda transformación es similar a la anterior.

BALANCE DEL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

El sector de conservas español presenta un balance positivo, aunque con un ligero deterioro en los últimos años, más positivo en frutas que en verduras. Las exportaciones del conjunto del sector han sido en 2002 de 1.415,8 millones de euros frente a unas importaciones de 468,6 millones. El balance es más positivo en volumen que en valor.

Está creciendo el volumen de las importaciones de terceros países, en especial de los nuevos países emergentes en estas gamas, sobre todo China y Perú. Por otro lado, la diversificación de las gamas en el consumo también favorece el crecimiento de las importaciones tanto de terceros países como de los países miembros de la UE. La competencia de terceros países ha sido la causa de la caída de la producción de conservas de espárrago y está dañando otras producciones como los gajos de cítricos.

La balanza comercial de vegetales congelados es igualmente

positiva, aunque las importaciones han aumentado un 30% en los últimos tres años. Frente a unas exportaciones de 228,8 millones de euros, las importaciones suponen 131,9 millones.

Cabe reseñar que el comercio internacional de congelados repercute de forma inmediata en las conservas por la flexibilidad entre ambas, que se concreta en la elaboración de conservas a partir de materia prima importada congelada (espárrago, champiñón, etc.).

Por último, las exportaciones de zumos suponen 330,5 millones de euros y las importaciones 122,4. España es un gran importador de concentrados de fruta, especialmente de naranja, piña y manzana. Las importaciones de zumo provienen fundamentalmente de países de la Unión (Holanda y Alemania), mientras el de naranja procede mayoritariamente de Brasil y el de piña de Tailandia.

Las exportaciones de zumo más importantes son de naranja y uva (mosto). En este último producto es uno de los exportadores principales de la Unión Europea. Casi la mitad de las exportaciones de zumo españolas van dirigidas a Francia.

POLÍTICAS CON INCIDENCIA EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

La OCM de frutas y hortalizas transformadas incluye los productos de primera transformación elaborados a base de frutas y hortalizas (se excluye la patata). Las medidas reguladas se refieren a normas de calidad, intercambios con terceros países, mecanismos de apoyo para favorecer el empleo de materia prima europea.

Las medidas más relevantes son el fomento de la concentración de la oferta y la mejora de la producción agraria, el apoyo a la constitución de OPFH, para algunos productos hay medidas de apoyo específicas y ayudas directas a algunas frutas para su destino a la transformación (tomates, melocotones, peras, cítricos, ciruelas pasas, higos secos y uvas pasas).

Algunos de los cambios recientes han alterado el funcionamiento de alguna de las subcadenas, el caso más importante es el del tomate concentrado, en el que el cambio en la normativa ha favorecido que las cooperativas de comercialización se hayan lanzado a instalar fábricas, aumentando sobremanera la capacidad de producción.

LA PRODUCCIÓN

La producción de vegetales congelados alcanza las 449.000 toneladas anuales de media, con importantes fluctuaciones. Las principales producciones son de brócoli (82.000 toneladas dirigidas a la exportación), pimiento (62.200 toneladas), judía verde (59.400 toneladas), guisantes (58.000 toneladas) y espinacas (32.700 toneladas). El mercado interior se encuentra estabilizado en torno a las 190.000 toneladas.

El mercado español de conservas vegetales ronda las 260.000 toneladas, con un aumento interanual del 6% (6,8% en



RECURSOS ESPECÍFICOS DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

- ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL CITRÍCOLA INTERCITRUS
- ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL DEL LIMÓN AILIMPO
- ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL AGROALIMENTARIA DEL HIGO SECO Y DERIVADOS
- POSIBILIDAD DE ESTABLECER COMISIONES DE SEGUIMIENTO DE LOS CONTRATOS
- CENTROS DE INVESTIGACIÓN DEL SECTOR: CENTRO TÉCNICO NACIONAL DE CONSERVAS VEGETALES. LABORATORIO DEL EBRO, CENTRO TÉCNICO DE LA CONSERVA DE MURCIA
- EXISTEN DIVERSAS DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

valor). Las partidas que más crecen son las judías verdes, champiñones, maíz y espárragos.

La producción de zumos y néctares ronda los 1.078 millones de litros, con un crecimiento interanual del 6,8%.

En total, en el sector existen 1.219 empresas incluyendo frutos secos. El mayor epígrafe es el de conservas de frutas y hortalizas con 609 empresas, seguido del correspondiente a aceituna de mesa con 416 establecimientos. Existe un gran número de empresas de deshidratados, todas ellas muy pequeñas. El mayor peso de las cooperativas se encuentra en el segmento de aceitunas, donde se realiza el entamado.

Las industrias transformadoras de frutas y hortalizas se localizan en las áreas de producción y están especializadas en los productos de su entorno. En todos los casos existe una fuerte vinculación entre la estacionalidad de la actividad de la industria y la correspondiente a los cultivos locales. La fuerte localización de empresas en Andalucía se debe al peso sobre todo de las entamadoras de aceituna.

ANÁLISIS DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

El sistema de producción de frutas y hortalizas transformadas está formado por multitud de productos cuyas cadenas de producción tienen connotaciones distintas derivadas bien del producto, de la existencia de una o más transformaciones (primer y segunda), y del tipo de transformación (zumos, conservas, mermeladas, congelados, deshidratados, etc). Las cadenas de producción difieren unas de otras de cuestiones fundamentales, desde la del champiñón, donde se incluye la fase de fabricación de compost, y en la que conviven el destino para fresco y para conserva y que tiene un alto nivel de verticalización, a otras como la de las conservas tradicionales regidas por una relación contractual o la de congelado, más verticalizada. Los efectos de la PAC y del comercio con terceros países son muy diferentes en ellas. Existen varias cadenas de producción que incluyen dos fases o escalones industriales: los zumos (concentrados o cremogenados y zumos diluidos, el tomate concentrado y las salsas, las conservas o congelados) y los platos preparados o los congelados y las conservas. No es posible en este trabajo incluir toda esa variedad, pero sí detectar los elementos principales comunes a todas ellas.

La fase agraria

La fase agraria es la misma que en la cadena de frutas y hortalizas frescas, con la excepción de que las producciones extra-tempranas no se destinan a la transformación. Por el contrario, una buena parte de las frutas pueden destinarse a ambas cadenas.

Fase comercial: Mayoristas en origen

En los últimos 15-20 años se han formado numerosas cooperativas, algunas de ellas con calificación de OPFH, que aglutinan la oferta y son las que realizan la venta de la mercancía a las fábricas. Durante un largo tiempo han limitado su tarea en la cadena de producción a la concentración de la oferta, pero en la actualidad están dando el paso a entrar en la producción industrial, bien directamente o a través de sociedades mixtas con la industria. La mayor parte de estas cooperativas trabaja también otros productos; la mayoría tiene actividad en la cadena de frutas y hortalizas frescas. Entre las mayores cooperativas que comercializan productos para la industria transformadora se encuentran: Agropecuaria de Navarra, Acorex, Anecoop, Actel y Garu, entre otras muchas. Todas ellas han iniciado ya la actividad industrial, aunque otras muchas más pequeñas continúan suministrando materia prima a la industria.



Primera fase industrial: difiere mucho para los distintos productos. Las situaciones más comunes son:

– Aceituna

La mayor parte de las empresas que realizan el entamado son cooperativas, muchas de ellas trabajan también en aceite de oliva. Son pocas las que realizan el preparado y envasado final y tienen marca.

– Conservas

El número de empresas es muy alto, 609 según el MAPA, y la producción está muy atomizada, aunque se está experimentando un proceso de concentración importante; 35 empresas tienen más de 200 trabajadores, mientras más de 200 tienen menos de 10.

Muchas de las empresas más pequeñas están vinculadas a producciones con calidad diferencial, de carácter tradicional.

La presencia de cooperativas es importante en tomate concentrado, actividad de la que se están retirando las mayores firmas, que prefieren centrarse en la segunda transformación. En menor medida se encuentra en otras gamas.

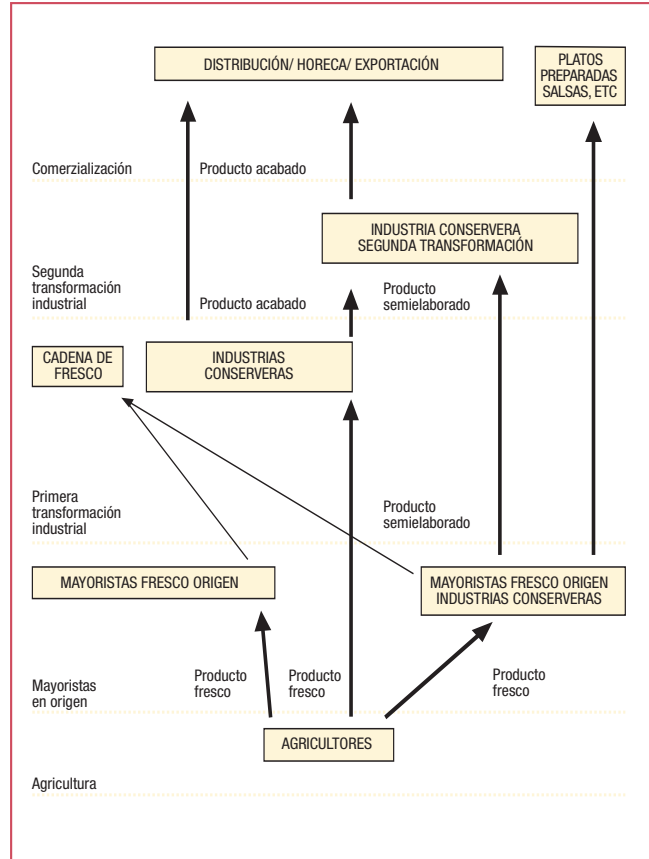
Hay mucho peso del capital familiar, con frecuencia se encuentra “grupos accionariales” con actividad en diversas gamas.

El grupo líder está formado por unas 40 empresas que tienen producciones superiores a las 8.000 toneladas. Dentro del grupo líder hay dos empresas especializadas en champiñón y setas. Predomina el capital familiar, aunque hay presencia de capital multinacional especializado, multinacional multisector y de cooperativas. La amplitud de gama es muy diversa, aunque en general está creciendo en todas. Algunas de las mayores empresas cuentan con fábricas en varias zonas. Este grupo se está concentrando.

– Congelados

La dimensión media de estas empresas es mayor, según el MAPA existen 34, aunque Alimarket identifica a 18 con producciones superiores a las 10.000 toneladas y 34 con más de 1.200 toneladas.

ESTRUCTURA INDUSTRIAL DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE CONSERVAS DE HORTALIZAS

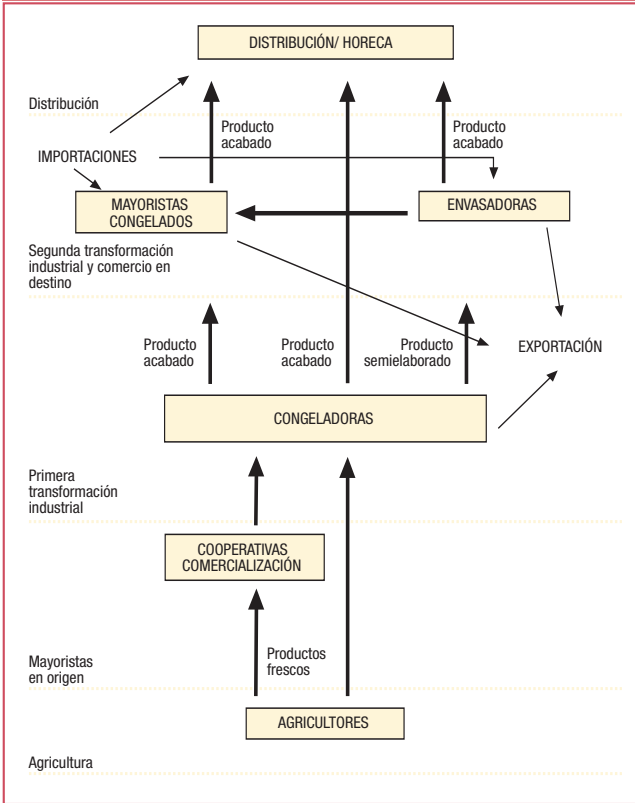


PRINCIPALES EMPRESAS DE CONSERVAS VEGETALES SEGÚN VOLUMEN TONELADAS

GRUPO HALCÓN	59.911
GRUPO CIDACOS	58.158
CONSERVAS NAPAL	44.000
GRUPO AYEQUE	42.500
GOLEEN FOODS	41.000
EUROCHAMP SAT	40.050
CEVENASA DANZA	40.000
COMPRE Y COMPARE, SA	33.000
TABEADA GRUPO ALIMENTARIO	30.900
COFRUSA	30.000
BONDUELLE IBÉRICA, SA	29.502

FUENTE: Alimarket.
Datos de 2004.

ESTRUCTURA INDUSTRIAL DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE CONGELADOS DE HORTALIZAS



- Zumos

La primera transformación está formada por las empresas que elaboran zumos frescos, en los que no hay segunda transformación, y las que realizan la base de concentrados y cremogenados para los zumos diluidos; entre Estos últimos se encuentran también las bodegas elaboradoras de mostos y conserveras. Gran parte de los zumos diluidos se elaboran con producto importado. Los concentrados y cremogenados de manzana, melocotón y cítricos los elaboran empresas de las zonas productoras vinculadas muchas veces a operadores, algunos cooperativas, del sector de fresco.

Segunda fase industrial:

Una buena parte de la producción de la industria transformadora de frutas y hortalizas se destina a una segunda transformación que consiste bien en el aderezo y envasado (encurtidos, aceitunas), la elaboración de mezclas (ensaladas, macedonias, menestras o simples mezclas) a partir de conservas previas o congelados, la dilución (zumos y néctares para el consumo) o una nueva transformación radical (mermeladas, salsas o platos preparados).

La segunda transformación está creciendo con la elaboración de nuevas gamas, preparados gastronómicos, zumos y néctares, etc.

Muchas veces son las mismas empresas de primera transformación las que acometen la segunda, pero hay grandes empresas especializadas. Entre estas últimas hay fábricas de capital europeo y de capital español. Entre las elaboradoras de zumos diluidos se encuentran empresas de vinos y lácteas, que aprovechan su maquinaria y su red de distribución, y empresas de frescos. La presencia de cooperativas en esta fase es menor.

PRINCIPALES FABRICANTES Y COMERCIALIZADORES DE VEGETALES CONGELADOS

TONELADAS

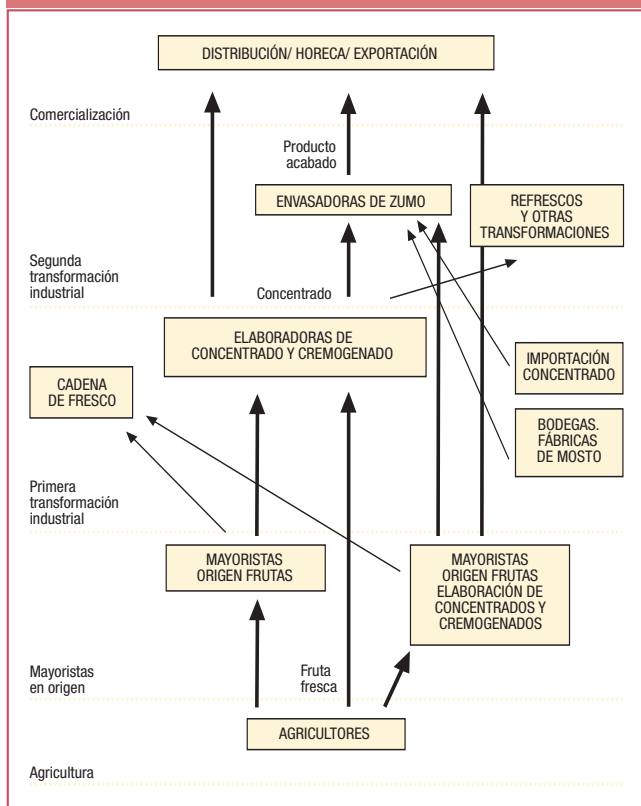
ULTRACONGELADOS VIRTO, SA	136.000
FRUVECO, SA	64.500
FINDUS, SA	50.000
BONDUELLE IBÉRICA, SA	43.925
FRUDESA	36.809

FUENTE: Alimarket.
Datos de 2003.

Las congeladoras suelen estar especializadas, manejan grandes volúmenes y los venden a granel en gran medida o envasados con marcas de un tercero (la marca de la distribución alcanza más del 70%), aunque las hay que envasan casi todo con su marca. Algunas se han especializado en el servicio a hostelería. Hay algunas que trabajan también conservas.

Los grandes grupos multinacionales multisectoriales se han salido recientemente de la producción directa de congelados, siguiendo activos en la segunda transformación.

ESTRUCTURA INDUSTRIAL DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE ZUMOS



COORDINACIÓN HORIZONTAL DE LA CADENA DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS CON EL RESTO DEL SISTEMA ALIMENTARIO

- LOS AGRICULTORES DIRIGEN SUS PRODUCCIONES A LA CADENA DE FRESCO Y DE TRANSFORMADO
- DENTRO DE LA PROPIA CADENA, HAY EMPRESAS QUE TRABAJAN EN VARIAS DE LAS SUBCADENAS (CONSERVAS, CONGELADOS Y ZUMOS)
- LAS COOPERATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN CON FRECUENCIA DIRIGEN SUS PRODUCCIONES A TRANSFORMACIÓN Y A FRESCO
- EXISTE UN ALTA VINCULACIÓN CON EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA Y DE ACEITUNA DE MESA TANTO EN LAS EXPLOTACIONES AGRARIAS COMO EN LAS ENTAMADORAS
- ALGUNAS CONSERVERAS, ENTRE ELLAS VARIAS COOPERATIVAS, TRABAJAN EN EL SECTOR DE LA CONSERVA Y DEL FRESCO
- ALGUNAS EMPRESAS DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS HACEN ALGÚN TIPO DE TRANSFORMADO (ZUMOS)
- EN CONGELADOS HAY EMPRESAS DE SEGUNDA TRANSFORMACIÓN QUE TRABAJAN UNA AMPLIA GAMA
- ALGUNAS CONGELADORAS Y CONSERVERAS HAN EMPEZADO A ELABORAR PLATOS PREPARADOS Y/O SALSAS
- HAY EMPRESAS LÁCTEAS, BODEGAS Y FIRMAS DE REFRESCOS QUE ENVASAN ZUMOS

PRINCIPALES EMPRESAS DE ZUMOS Y NÉCTARES SEGÚN VOLUMEN

MILLONES DE LITROS

J. GARCÍA CARRIÓN	235
JUVER ALIMENTACIÓN SA	186
MARÍN MONTEJANO	65
COFRUTOS	65
ANTONIO MUÑOZ. ZUMOS SL	64
AGRUMEXPORT	57,3

Fuente: Alimarket.
Datos de 2003.

Esta compleja cadena de producción da lugar a una amplia topología de empresas dentro de esta cadena de producción debido a las especializaciones por gama y tipo de transformación, a la dimensión y al tamaño. Los principales tipos de empresas identificadas en esta cadena de producción son:

- Pequeñas y medianas empresas conserveras elaboradoras de productos de calidad diferencial, muy dispersas, con frecuencia acogidas a programas de desarrollo rural.

- Cooperativas de comercialización, algunas de las cuales han dado el salto a la industrialización. Las que alcanzan un cierto tamaño son menos de 10.
- Entamadoras de aceitunas, muchas cooperativas. La mayor parte no hace el preparado final ni tiene marca.
- Empresas conserveras medianas y pequeñas no vinculadas a productos de calidad diferencial. Hay unas 500, con predominio del capital familiar. Muchas están atravesando serias dificultades.
- Grandes empresas conserveras: hay unas 40, entre ellas figuran algunas cooperativas, firmas de capital familiar y multinacionales. Algunas también producen congelados. Están optando por la diversificación de producto. Viven un proceso de concentración.
- Congeladoras: hay unas 34, sólo 18 con más de 10.000 toneladas. Algunas de las mayores están especializadas en graneles. Existe capital extranjero y nacional.
- Mayoristas de congelados, hay unas 100 empresas, pero sólo 10 tienen un cierto tamaño.
- Elaboradoras de concentrados y cremogenados. Existen unas 15 de una cierta dimensión, incluidas las fábricas de mosto. Algunas pertenecen a cooperativas. Son de tamaño mediano.
- Envasadoras de zumos: hay dos tipos de empresas, las que elaboran zumos de cítricos recién exprimidos y las que dilu-



yen y mezclan los concentrados y cremogenados. Dentro de esta actividad se encuentran conserveras, empresas especializadas y firmas de otras cadena de producción que han diversificado su actividad.

PRINCIPALES TENDENCIAS DETECTADAS

- En términos generales, todo el sector está funcionando adecuadamente y se mantiene el ritmo de incremento de las exportaciones.
- Se consolida la existencia de un tráfico internacional de productos semielaborados que son finalizados en el país de destino.
- Se consolida la especialización de las producciones para industria en algunas hortalizas, mientras en la mayor parte de las frutas sigue siendo un destino indistinto.
- Está aumentando la importancia de las cooperativas en el suministro a la industria conservera y congeladora. En ambos casos las cooperativas juegan un papel importante en la organización del suministro, e incluso en congelados llegan a realizar la campaña.
- Se mantiene la tradición de relación contractual en las hortalizas para conserva y para congelados, en algunos casos amparada por la OCM y/o la Ley de Contratos.
- En aquellas frutas, en el que el destino para conserva y/o congelado es indistinto y es frecuente la compra en árbol, son los mayoristas en origen (cooperativas o sociedades mercantiles) los que mantienen la relación comercial con las industrias.
- La adecuada salida industrial de una parte de la producción es imprescindible para el adecuado funcionamiento de las campañas de fresco en producciones como los cítricos, la fresa, el melocotón, etc.
- En los últimos 10 años se ha incrementado bastante la participación de las cooperativas en los transformados vegetales, en especial conservas o zumos.
- La industria de conservas está viviendo un proceso de concentración muy acusado: disminuye el número de empresas y aumenta la facturación. Este proceso se debe a:
 - Incremento de la facturación de las empresas mayores.
 - Cierre y/o venta de algunas empresas pequeñas.
 - Fusiones o ventas en las medianas.
- Paralelamente se mantiene o incluso crece un colectivo de empresas pequeñas y medianas con calidad diferencial y que han encontrado nichos de mercado.
- Entre las empresas pequeñas y medianas aparecen problemas de gestión, inadecuada comercialización e incluso deficientes instalaciones.
- Se detecta una tendencia a la colaboración entre empresas para determinados fines (exportación, investigación).
- Algunas de las principales conserveras españolas han instalado plantas de producción en terceros países (Perú, Marruecos, China) y participan del flujo hacia la Unión Europea.
- Las conservas de carácter local y tradicional tienen un potencial razonable. Bastantes variedades gastronómicas basadas en verduras se han incorporado a la gama de las conservas.
- El segmento de concentrado de tomate está viviendo una gran expansión debido por un lado a la rentabilidad del cultivo, que ha disminuido sus costes, y por otro a la instalación de un número alto de nuevas empresas de concentrado en Andalucía y Extremadura, muchas de las cuales tienen base cooperativa. Este proceso está vinculado al pago de las ayudas a través de las OPFH contemplado en la OCM vigente. Se puede incurrir en una situación excedentaria de difícil salida.
- Se mantiene un número pequeño de empresas congeladoras de vegetales. En general son empresas especializadas, aunque algunas de las mayores del sector de transformados vegetales trabajan en conservas y congelados. Se han consolidado algunos líderes de gran tamaño.
- Aunque hay algunas empresas congeladoras que realizan





todo el proceso y envasan con marca propia, se consolidan las empresas de gran dimensión que venden graneles o envasan con marca de terceros (distribución, empresas de congelados de pescados o de platos preparados o mayoristas). Esto consolida la existencia de una segunda transformación.

- Se mantiene la importancia de los mayoristas de congelado en destino. Estas empresas a veces proveen la logística necesaria, algunas tienen marcas propias, realizan gran parte del comercio exterior, cuentan con buenas redes y algunas poseen tiendas propias altamente especializadas o incluso reparto a domicilio.
- Las mayores empresas multisector y multipaís con marcas consolidadas se están alejando de la primera transformación de vegetales y se consolidan en salsas o platos preparados. Únicamente quedan en producciones muy concretas: tomate, maíz dulce.
- La mayor parte de las conserveras y congeladoras ha intentado ampliar la gama de productos agrarios que elaboran de cara a disminuir la estacionalidad. Siguen existiendo algunas muy especializadas (tomate, champiñón, fresa).
- En el champiñón se está consolidando el proceso de verticalización del sector.
- En las aceitunas se consolida la disociación de las empresas que realizan el entamado (fundamentalmente cooperativas), y las que aderezan, envasan y tienen la marca, que suelen ser también las que exportan.
- El espárrago, producto estrella de la industria conservera

de hace unos años, casi ha desaparecido, excepción hecha del amparado por la Denominación de Origen Navarra. En unas zonas se ha orientado a fresco y en otras ha sido sustituido por otras producciones.

- Está disminuyendo la producción de mermeladas.
 - Existe una producción importante y creciente de purés y frutas congeladas dirigidas a la hostelería y al subsector de pastelería artesanal e industrial.
 - Existen pocas conexiones, salvo a través de las cooperativas, entre los mayoristas de fresco y las industrias de transformados. Esta conexión sólo se mantiene e incluso aumenta en el segmento de zumos.
 - En cítricos se mantienen algunas empresas que elaboran zumo fresco. El sector ha crecido poco.
 - Se consolida la división entre primera y segunda transformación en la producción de zumos.
 - Se mantiene un importante peso de la importación en zumos concentrados de cítricos, piña y manzana.
 - Las cooperativas han incrementado su presencia en el segmento de zumos concentrados y cremogenados.
 - Hay un número significativo de mayoristas de frutas que realizan directamente zumos o que participan en empresas que los elaboran.
- Entre las envasadoras de zumos, las hay especializadas de capital español, filiales de empresas multinacionales y empresas que envasan otros productos. Destaca la posición de las lácteas y las embotelladoras de vino.
 - Las marcas de la gran distribución tienen bastante presencia (en torno al 30% como media) en conservas, congelados y zumos, especialmente en las gamas más maduras.
 - Se aprecia una gran diversificación de gamas finales, de formatos y presentaciones.
 - Entre los nuevos formatos cabe destacar la importancia de los preparados gastronómicos, las comidas tradicionales y las mezclas preparadas según uso. Destaca el desarrollo de platos preparados basados en verduras por la industria conservera.
 - Destaca la importancia del servicio directo a los canales Horeca. Se han detectado empresas especializadas en este canal comercial, al que han adaptado sus especialidades y formatos. Algunas de las grandes empresas cuentan con direcciones o filiales especializadas en el servicio a este canal.

ALICIA LANGREO NAVARRO

Doctora Ingeniero Agrónomo. Directora de Saborá
