

La distribución hortofrutícola de la C.E.E.

Relaciones entre la producción y distribución



De izq. a dcha., Félix Romojaro Almela, Director General de Industrias y Comercialización Agrarias; Antonio Gómez González, Secretario General de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca; Antonio León Martínez Campos, Consejero de Agricultura, Ganadería y Pesca; José Lucas Martín; Manuel Hernández Pagán, director Territorial de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Debajo, asistentes a la Jornada sobre la distribución de frutas y hortalizas en los mercados europeos.

La Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca de Murcia ha organizado una serie de tres Jornadas para el «Debate sobre el futuro del sector agrario en la Europa Comunitaria», la primera de las cuales se desarrolló durante los días 17 y 18 de mayo, estando dedicada a Frutas y Hortalizas para el consumo en fresco.

En el marco de ella tuvo lugar la conferencia a cargo de **Fernando Mansito Caballero** de la Comisión de las Comunidades Europeas, sobre «Los cambios de la P.A.C. y su futuro» a la que siguieron por sendas mesas redondas dedicadas al «Futuro y perspectivas del Sector y O.C.M. de Frutas y Hortalizas en Fresco», «Futuro de las Organizaciones Sectoriales e Interprofesionales» y «La Distribución Hortofrutícola de la C.E.E. Relaciones entre la producción y distribución».

La última mesa redonda contó con la presencia de **Jesús Volmediano**, (MAPA); **Rafael Müller**, (Grupo SCIPIO & C.O.); **José María Plannell**, (ANECOOP); **Fernando Vincent**, (Pascual Hnos. S.A.); **Fernando Moraleda**, (Unión Pequeños Agricultores); **José Ramón Riquelme**, (Agrupación de Cooperativas Agrarias del Mediterráneo) y **José Miguel Mugica**, (Universidad Autónoma de Madrid). Mientras la disertación del representante del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación estuvo enfocada a analizar la distribución de alimentos en España y algunas de las acciones llevadas a cabo por esta institución para la promoción del consumo, el análisis realizado por los restantes participantes se centró en la concentración registrada durante los últimos años en los canales de distribución. Esta, muy avanzada ya en los países del norte de Europa, principales interlocutores en las exportaciones españolas, y en aumento en los restantes, España incluida, debe generar respuestas por parte del sector productivo que le permitan mantener su capacidad de diálogo.

J. Volmediano puso de manifiesto la escasez de datos relativos a la comercialización de frutas y hortalizas, deficiencia que se espera palie el recientemente creado «panel de consumidores» y que hace de España el primer país europeo que cuenta con él. Entre los datos ya recabados se encuentra la distribución de compras

ALICIA NAMESNY. Ingeniero Agrónomo.



De Izq. a dcha., Müller del Grupo SCIPIO & Co; José M. Planell Ortí, Director General de ANECOOP; Fernando Vicent Martínez, Director Comercial de Pascual Hermanos; y más atrás Fernando Morales Quílez, Secretario General de la Unión de Pequeños Agricultores (U.P.A.).

de frutas y hortalizas: el consumo hogareño representa el 85% de las mismas, a hostelería-restauración corresponde el 11%, mientras que el porcentaje restante procede de comedores institucionales. El ponente remarcó el énfasis particular puesto por la campaña Alimentos de España en promocionar el consumo de deter-

minados productos en zonas donde los estudios indicaban niveles bajos. Asimismo destacó la importancia de los distintivos de calidad y de la normativa de calidad en la regulación de las relaciones producción-distribución. En el coloquio fue planteado el notorio incumplimiento de esta normativa en el mercado interno, lo que se explicó por estar repartida tal responsabilidad, compitiendo las funciones últimas de control a organismos locales.

R. Müller, del importante grupo alemán SCIPIO puso de manifiesto que aunque existen ciertas diferencias en las formas de comercio según el mercado de destino, puede considerarse que las existentes en Alemania Federal son básicamente similares a las de sus países vecinos. En Alemania el 90% del comercio al por menor forma parte de alguna organización, con 50 grandes empresas dominando el 80% de este comercio, considerando el ponente que el proceso de concentración no ha acabado aún. Respecto a las relaciones con el sector productivo, es necesaria una corriente de información constante

Nuestra fuerza: ¡LA CALIDAD!

La gran difusión de los INVERNADEROS RICHEL en toda EUROPA, es el resultado de una fabricación cuidadosamente controlada y una técnica confirmada por 20 años de experiencia. Más de 2.000 Ha. de invernadero instalados en todo el mundo.

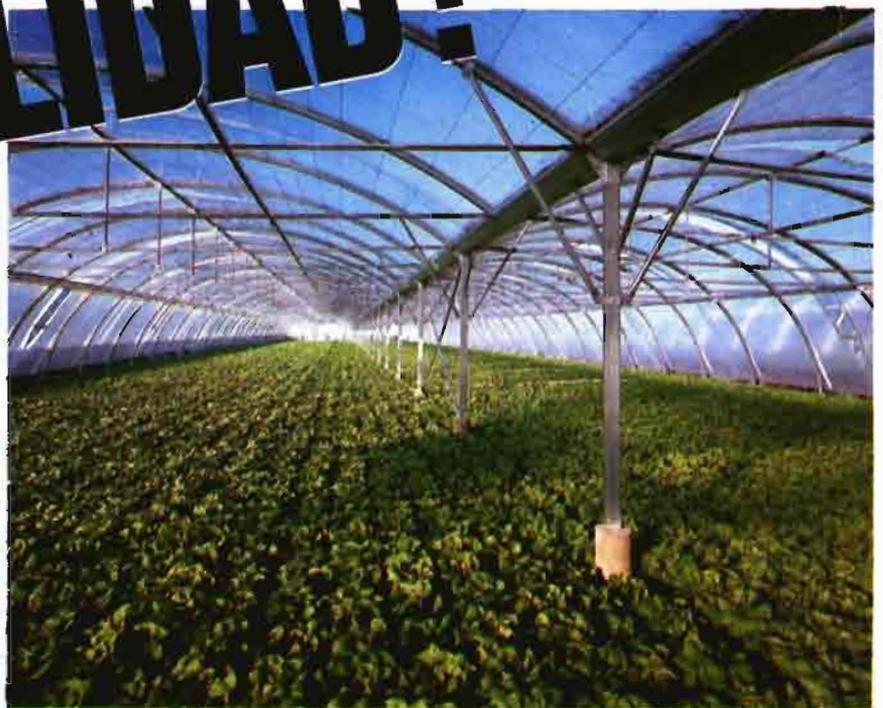
Nuestros diseños han sido cuidadosamente estudiados y calculados, para conseguir aunar el criterio de robustez y resistencia tradicional en nuestras estructuras, a las exigencias propias de cualquier tipo de clima.

- Variedad de técnicas de aireación.
- Construcción con tubos de hierro ovalizado (aumento de la resistencia).
- Galvanización de gran calidad (aumento de la duración).
- Sistema patentado de ensamblaje de arcos y correas, mediante bridas soldadas a las correas (precisión del montaje a lo largo del tiempo).

Amplia gama de modelos: 4,50 m (Especial fresón) 4,50 m normal - 7 m - 7,50 m - 8 m - 9,30 m - BITUNEL 16 m - y MULTICAPILLA modular de 6,40 m de ancho, en SIMPLE PARED o DOBLE PARED INFLABLE (que permite hasta un 40% de ahorro de energía).



GRUPO SAN JORGE, 14 BAJOS
08840 VILADECANS (BARCELONA)
TEL.(93) 658 39 52



TUNELES: 4,5-7-8-9,3 m
BITUNELES: 16 m
MULTICAPILLA: módulo 6,4 m



SERRES DE FRANCE
RICHEL

Asegure su producción al abrigo de nuestra calidad.



Con Repsol Química, y al abrigo de nuestra calidad, conseguirá su mejor cosecha.

Nuestra amplia gama de productos para la agricultura reúne las características ópticas, térmicas y de larga duración idóneas para su utilización en túneles e invernaderos, consiguiendo así cosechas

precoces, abundantes y producciones de alta calidad.

Si quiere proteger y asegurar su cosecha, póngala al abrigo de nuestra calidad. La calidad de Repsol Química.

Compuestos especiales de Polietileno y Copolímeros EVA para la fabricación de filmes para invernaderos y pequeños túneles:

Invernaderos

- Polietileno Alcudia CP-124, CP-127 y CP-128 (térmico).
- Polietileno Alcudia CP-117 (larga duración).
- Copolímero EVA Alcudia CP-632 (térmico).

Pequeños Túneles y Dobles Techos:

- Copolímero EVA Alcudia CP-636 (térmico).

La innovación empieza por la materia prima.



Oficinas Centrales: Juan Bravo, 3 B. 28006 Madrid. Tel. (91) 348 85 00. Telex 49840 / 49841 / 23182. Fax 576 80 28 / 576 79 35.

Delegaciones en España:

Barcelona: Tel. (93) 414 46 09. Bilbao: Tels. (94) 416 16 44 / 416 16 55. Elche: Tel. (965) 45 48 40. Logroño: Tel. (941) 22 44 14. Madrid: Tel. (91) 348 85 00. Valencia: Tel. (96) 352 63 69. Vigo: Tel. (986) 41 91 22. Valladolid: Tel. (983) 23 89 09.

Es notorio el incumplimiento en el mercado interior de las normas de calidad lo que se explica por estar repartida tal responsabilidad, compitiendo las funciones últimas de control a organismos locales.

con el comercio así como la cooperación entre ambos sectores. Resaltó la importancia del marketing agrario, señalando que las campañas realizadas por España deben mejorarse en el sentido de permitir una identificación más rápida del origen de la mercadería. No es suficiente que esta información se encuentre en la caja de expedición, debe ser fácilmente detectable por el comprador para lo cual una de las opciones es destacarla en los envases destinados al consumidor.

J.M. Planell resumió las condicionantes actuales que afectan al sector productivo en la existencia de mercados sobreabastecidos, lo que motiva un aumento de las exigencias de los consumidores. A diferencia de lo que pasaba hasta hace unos años, los productos ya no tienen principio ni fin de campaña, bien por el alargamiento de los ciclos productivos en los regiones de Europa meridional o por la presencia de productos del Hemisferio Sur. En los países compradores la demanda es estacionaria debido al estancamiento del nivel de población y a la presencia de pro-

ductos sustitutivos, mientras que los mercados lejanos no acaban de constituir una alternativa de colocación cuantitativamente importante.

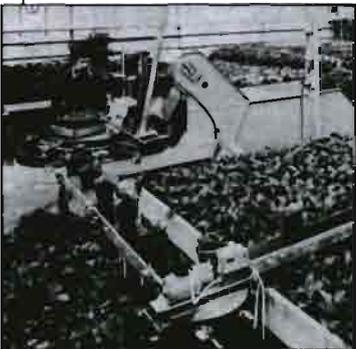
España se enfrenta a la concentración de la distribución con un sector productivo sumamente dividido, tanto en el campo privado como en el cooperativo. Ejemplo de ello es el sector cítrico, con 510 firmas exportadoras y en que las empresas privadas tienen individualmente una capacidad de oferta promedio de 4.300 toneladas y de 4.600 las cooperativas. Las soluciones propuestas son un aumento del cooperativismo que, sin embargo, no debería implicar un aumento del número de cooperativas, ya excesivamente atomizadas. Estas deben actuar sobre la producción para obtener menores costos y racionalizar los cultivos y en el campo de la comercialización, se impone también la racionalización empresarial. Deben crearse consorcios regionales que planifiquen la comercialización a nivel regional y capaces de mediar entre la producción y el comercio en un plano de igualdad frente a las empresas que dominan la distribución.

F. Vicent hizo un breve repaso de la trayectoria de Pascual Hnos. comentando algunas de las estrategias de la empresa de cara a los mercados extranjeros. Estas contemplan evitar la competencia con las producciones locales aprovechando las ventajas comparativas de España que posibilitan producciones precoces o tardías así como el cultivo de especies difíciles de obtener en otros países. Resaltó la importancia de cuidar los aspectos cualitativos tanto del producto como de la presentación así como del marketing, factores todos tendentes a apartarse de los precios de referencia. Igualmente, de cuidar es la logística del transporte y de la distribución. La concentración de la demanda en unos pocos distribuidores conlleva la existencia de cada vez menos interlocutores pero con mayor potencial de compra. El terreno para competir adecuadamente ha de ser el de brindar calidad y servicio, representando el mayor problema los compradores para quienes no son estos los criterios sino el precio, terreno en el cual la competencia no es beneficiosa.

Otro factor señalado es el peligro que representa en la actualidad la

Máquinas para la horticultura

Sistema de unidades normalizadas



Enmacetadora

COMERCIAL PROJAR S.A.



CENTRAL DE SUMINISTROS

La Pinaeta s/n. Pol. Ind. QUART DE POBLET
Apdo 140 - 46930 QUART DE POBLET (Valencia).
Tfno.: 96/153 30 11 - 153 30 61 - 153 31 11.
Tlx: 64771 EPET. Fax: 96/153 32 50.

política de ayuda a los países del Este, en que la producción agrícola se encuentra, al igual que en los meridionales, entre los primeros renglones de intercambio. Mientras las naciones más industrializadas se beneficiarían a través de la colocación de bienes industriales, los países productores de la Europa comunitaria pueden verse afectados por la competencia agrícola del Este.

F. Moraleda de la U.P.A. puso de manifiesto la preocupación de esta agrupación por la poca transparencia del mercado, en que se detectan grandes componentes de especulación evidenciados por la diferencia entre los precios pagados al agricultor y los que paga el consumidor. En contra de lo que sería esperable teóricamente, el mercado no reasigna los recursos. Tanto respecto a estos hechos como en relación a la concentración de las empresas de distribución, el ponente opinó que el Estado debe intervenir.

J.R. Riquelme analizó las perspectivas para el año 1993, coincidiendo con otros expositores en el peligro que representa la multiplicidad de interlocutores españoles frente a la concentración de la demanda y remarcando la importancia de concentrar la oferta a través de su integración en cooperativas. Estas a su vez deben fusionarse en entidades de segundo orden con el fin de estar respaldadas por un volumen relevante.

J.M. Múgica analizó, entre otros, los efectos de la concentración de la demanda, uno de los cuales es la evolución creciente de los márgenes de comercialización -opinión en contradicción con la expuesta por el re-

presentante del grupo SCIPIO- debido por una parte a un aumento del valor añadido y por otra, a la falta de competencia en el sector distribuidor. Como acciones para contrarrestar esta concentración indicó la importancia de actuar sobre la demanda a través de campañas globales de marketing así como de las posibilidades que ofrece la asociación. Las campañas de marketing han de diseñarse cuidadosamente ya que en caso contrario su beneficio deriva hacia sectores distintos del objetivo. La producción agrícola debe evolucionar del producto ofrecido masivamente al de marca. El ponente señaló la peligrosa tendencia que existe a eliminar los mercados intermedios, importantes por su carácter regulador del mercado. El sector productor debe acrecentar las vías que le permitan llegar de una manera directa al consumidor.

En el marco del coloquio final se puso de manifiesto por parte de productores presentes el interés en que se ponga límite a la diversificación de los envases y presentación. La multiplicidad de alternativas vigentes en este momento conduce a una competencia entre los propios productores que resulta sumamente onerosa, cuestión esta, que al igual que otras estrategias de comercialización, requiere de una acción conjunta que permita al ofertante dialogar en condiciones de igualdad con el sector comprador.

Las empresas privadas tienen individualmente una capacidad de oferta promedio de 4.300 toneladas y de 4.600 las cooperativas.

Las restantes dos Jornadas se llevarán a cabo en los próximos meses de Junio y Octubre. La primera de ellas estará dedicada a las Industrias Agroalimentarias y la de Octubre a las Estructuras Agrarias. Ambas se celebrarán, al igual que la primera, en la Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca de Murcia (tf. 968-24 02 11).



PLASTICOS ODENA

División Horticultura

ESPECIALIDAD EN MACETAS
Y CONTENEDORES DE PLASTICO

Polígono Industrial «Torrent d'en Ramassà», 19-21

TELS. (93) 849 67 05 - 849 68 55

LES FRANQUESES DEL VALLES (Barcelona)

Apartado de Correos 131 GRANOLLERS