



**Universidad Politécnica
de Cartagena**



**Consejería de
Agricultura y Agua**



**Universidad de
Murcia**

PLAN ESTRATEGICO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO DE LA REGIÓN DE MURCIA

2.2. ANÁLISIS DEL SECTOR DE HORTALIZAS

Autor: Narciso Arcas Lario (Universidad Politécnica de Cartagena)
Miguel Hernández Espallardo (Universidad de Murcia)
Mari Ángeles Fernández Zamudio (IVIA de Valencia)

Director: Narciso Arcas Lario (Universidad Politécnica de Cartagena)
Inocencia Martínez León (Universidad Politécnica de Cartagena)

Diciembre 2006

ÍNDICE DEL PLAN ESTRATÉGICO

INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

1. ENTORNO FÍSICO SOCIOECONÓMICO
2. ANÁLISIS SECTORIAL
 - 2.1. ANÁLISIS DEL SECTOR DE FRUTAS
 - 2.2. ANÁLISIS DEL SECTOR DE HORTALIZAS**
 - 2.3. ANÁLISIS DEL SECTOR DE CÍTRICOS
 - 2.4. ANÁLISIS DEL SECTOR DE ALMENDRA
 - 2.5. ANÁLISIS DEL SECTOR DE CEREALES
 - 2.6. ANÁLISIS DEL SECTOR DEL OLIVO Y EL ACEITE
 - 2.7. ANÁLISIS DEL SECTOR DE LA VIÑA Y VINO
 - 2.8. ANÁLISIS DEL SECTOR GANADERO
 - 2.9. ANÁLISIS DEL SECTOR DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA
3. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA
 - 3.1. ANÁLISIS DE LAS CONSERVAS VEGETALES
 - 3.2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA CÁRNICA
4. ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES AGENTES
5. ANÁLISIS TRANSVERSAL
 - 5.1. ANÁLISIS DE LOS RECURSOS HÍDRICOS
 - 5.2. ANÁLISIS DE LOS RECURSOS HUMANOS
 - 5.3. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN
 - 5.4. ANÁLISIS DE LAS POLÍTICAS DE DIFERENCIACIÓN
 - 5.5. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA
 - 5.6. ANÁLISIS DEL DESARROLLO RURAL
 - 5.7. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO

PLAN ESTRATÉGICO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO DE LA REGIÓN DE MURCIA

ÍNDICE DE LA INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

1. INTRODUCCIÓN.....	IV
2. METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA DEL PLAN ESTRATÉGICO	V
2.1. Fases en la elaboración del Plan Estratégico	V
2.2. Estructura y contenidos del Plan Estratégico	VII
ÍNDICE DEL CAPÍTULO.....	XII

1. INTRODUCCIÓN

En junio de 2006, la Consejería de Agricultura y Agua de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia firmaba un convenio con la Universidad Politécnica de Cartagena (UPC) y la Universidad de Murcia (UM) para la elaboración y el diseño de un primer *Plan Estratégico para el Sector Agroalimentario de la Región de Murcia* (PESAM). El objetivo del mismo es conocer la evolución de este sector en los últimos años, analizar su problemática actual, y plantear posibles acciones a emprender para mejorar su competitividad.

Con tal fin, algunos meses antes de la firma del mencionado convenio, un equipo de investigadores, integrado principalmente por profesores de las universidades públicas de la Región, comenzó la realización del análisis, con una primera fase de recogida de toda la información existente acerca del sector, con la que poder realizar un *adecuado* diagnóstico previo a la definición de recomendaciones o iniciativas a implementar.

El trabajo se ha estructurado en cinco capítulos. En el Capítulo 1 se describen algunas de las principales características que definen el medio físico y socioeconómico de la Región de Murcia (entorno en el que se ha de desarrollar la actividad agraria y agroindustrial objeto de este Plan Estratégico), y se ofrece una panorámica general del sector agroalimentario regional. En él, además de ofrecerse una primera aproximación global al sector, se justifica la importancia relativa de los distintos subsectores, productos y/o factores que se desarrollan de forma pormenorizada en el resto de los capítulos en los que se ha estructurado este documento.

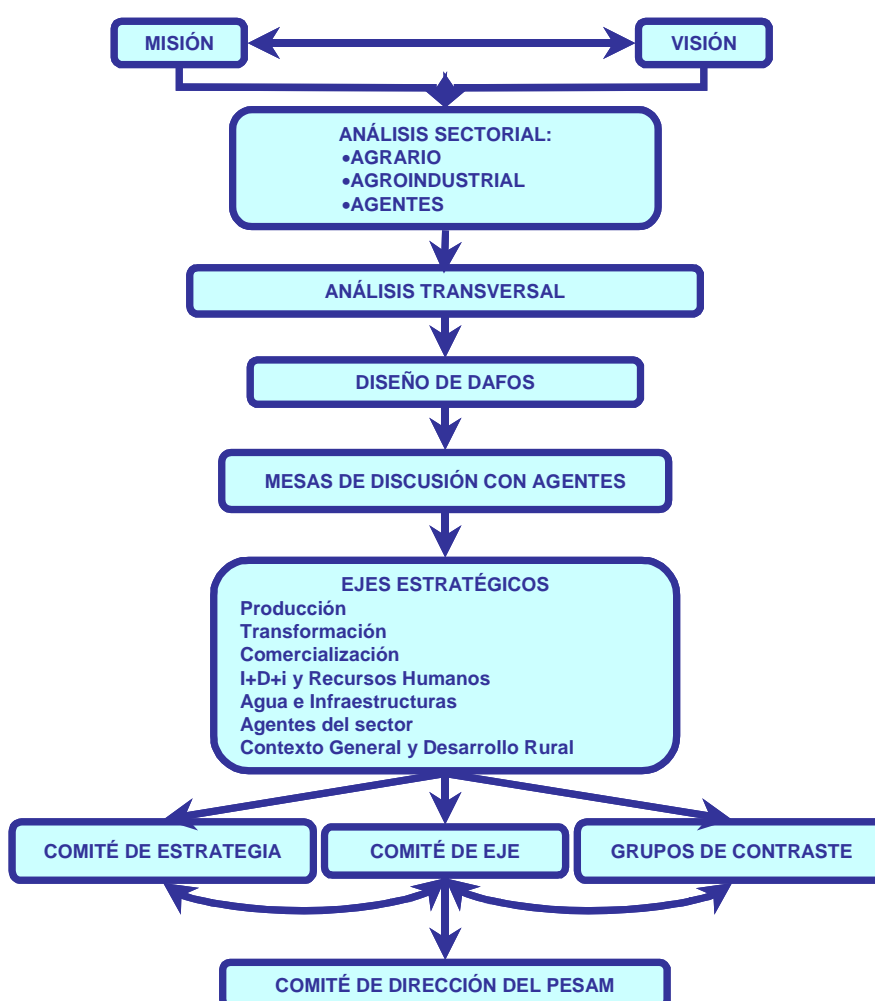
Los Capítulos 2 y 3 de este Plan Estratégico constituyen un primer bloque (*Parte I*) de análisis de los principales subsectores que forman el agro murciano, distinguiendo entre la actividad agraria y la agroindustria. Tras esa primera aproximación sectorial, en los Capítulos 4 y 5 se ofrece un análisis de los principales agentes que intervienen en el sector (Consejería, Organizaciones profesionales Agrarias y Asociaciones). Seguidamente el capítulo 5 comprende el estudio de otras cuestiones transversales de interés, como son los recursos hídricos, la I+D+i, la formación y el mercado de trabajo, el desarrollo rural o la comercialización (*Parte II*). Los dos grandes bloques que se acaban de describir sirven para diseñar el Plan Estratégico del Sector Agroalimentario de la Región de Murcia, indicando los objetivos a desarrollar y definiendo las propuestas de actuación a emprender en los Cuadros de Mando, por los distintos agentes implicados en el sector.

2. METODOLOGÍA Y ESTRUCTURA DEL PLAN ESTRATÉGICO

2.1. Fases en la elaboración del Plan Estratégico

La elaboración del Plan Estratégico del Sector Agroalimentario de la Región de Murcia (PESAM) ha respondido a una secuencia de fases que, de forma resumida, aparece en la Figura 1 y cuyo colofón ha sido un informe final que recoge las estrategias de mejora competitiva para el sector.

Figura 1. Fases del Plan Estratégico



Fuente: Elaboración Propia.

El proceso se inició diseñando y definiendo las tareas a realizar por cada uno de los expertos responsables de la realización de este informe (más de 24 personas), y continuó con la búsqueda de información secundaria (artículos, informes, documentos, estadísticas, etc).

En los meses de marzo, abril y mayo de 2006 los responsables de las distintas partes del informe mantuvieron una serie de entrevistas personales con expertos y profesionales del sector, alcanzando mediante éstas un análisis exploratorio de las cuestiones -externas e internas- determinantes de la situación actual y del futuro del sector, aplicando el tradicional y muy empleado análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).

Ese análisis DAFO posibilitó la realización de un dossier ejecutivo, para los principales subsectores y las cuestiones transversales de más interés, que fue objeto de exposición pública en un total de 10 mesas de trabajo celebradas en la Consejería de Agricultura y Agua, asistiendo a las mismas expertos y profesionales del sector (véase Tabla 1). Con tal propósito los días 15, 18 y 19 de septiembre se realizaron reuniones correspondientes a los siguientes aspectos sectoriales y transversales:

- Primera mesa.- Horticultura
- Segunda mesa. Fruticultura.
- Tercera mesa. Sector conservero.
- Cuarta mesa. Cítricos.
- Quinta mesa. Vid y el vino.
- Sexta mesa. Ganadería.
- Séptima mesa. Industria cárnica.
- Octava mesa. Recursos Humanos.
- Novena mesa. Innovación y tecnología.
- Décima mesa. Comercialización y políticas de diferenciación.

El objetivo final de dichas sesiones fue discutir con los agentes implicados el diagnóstico inicial realizado, así como las recomendaciones generales propuestas al sector, definiendo las principales líneas de mejora a emprender tanto por parte de la Administración, como de las empresas y de las asociaciones representativas del sector. Todas las aportaciones que se recibieron en esas sesiones de trabajo celebradas en septiembre fueron incorporadas (Fase 5), retroalimentando el documento final.

La siguiente etapa (Fase 6) ha consistido en la discusión, por parte del *Comité de Estrategia* y los distintos *Comités de Eje*, de los objetivos de cada uno de los ejes estratégicos sectoriales, definiéndose las líneas de actuación futuras y los indicadores de seguimiento del Plan. Para facilitar el funcionamiento de dichos grupos de trabajo (constituidos a tal fin por el Consejero y los Directores Generales y Jefes de Servicio de la Consejería de Agricultura y Agua de la Región), se aportó a los mismos, además del borrador de los distintos informes sectoriales-transversales, un documento

resumen para cada uno de los Ejes Estratégicos con una primera propuesta de objetivos, actuaciones e indicadores de seguimiento. Los resultados de las reuniones de los dos grupos de trabajo se remitieron al Comité de Estrategia y al Comité de Eje. Posteriormente se trataron con los *Grupos de Contraste*, que propusieron revisiones y mejoras a los mismos. El informe terminó con la incorporación de los resultados de esa etapa, esencial y determinante en cualquier plan estratégico, permitiendo la confección del documento final del PESAM.

Tabla 1. Fases y tareas para la elaboración del Plan Estratégico

Tareas realizadas en las diferentes etapas	Fechas realización (2006-07)
Fase 1.- Recogida de la información secundaria.	Enero-Marzo
Fase 2.- Entrevistas personales con expertos.	Marzo-Mayo
Fase 3.- Redacción del informe preliminar de diagnóstico del sector (Análisis DAFO).	Junio-Julio
Fase 4.- Sesiones públicas de trabajo (10 mesas) con la participación de los agentes del sector y la discusión a partir de la presentación de un dossier ejecutivo con los resultados del análisis DAFO.	15, 18 y 19 de Septiembre
Fase 5.- Incorporación al documento de las aportaciones derivadas de las 10 sesiones de trabajo.	Octubre – Noviembre 2006
Fase 6.- Discusión en los <i>Comités de Ejes Estratégicos</i> y <i>Grupos de Contraste</i> . 1. Producción 2. Transformación 3. Comercialización 4. I+D+i y RRHH 5. Agua e Infraestructuras 6. Agentes del Sector 7. Contexto general y Desarrollo Rural	Diciembre 2006 - Marzo 2007
Fase 7.- Entrega del documento final	Abril

Fuente: Elaboración Propia.

2.2. Estructura y contenidos del Plan Estratégico

El presente Plan Estratégico del Sector Agroalimentario la Región de Murcia se ha estructurado en tres grandes bloques, correspondiendo el primero de ellos al análisis de los principales *sectores productivos* regionales (Parte I). El segundo está dedicado al estudio de *aspectos transversales* de interés para el conjunto del sector (Parte II); y el tercero y último, en el que se proponen –a partir de los resultados del diagnóstico realizado en los apartados previos- los *objetivos* a lograr, las *líneas de actuación* a emprender por el sector, y los *sistemas de seguimiento* en su implantación –indicadores-. Todos los objetivos, líneas de actuación e indicadores aparecen recogidos en el documento correspondiente a la Parte III titulado Plan Estratégico del Sector Agroalimentario de la Región de Murcia. El contenido de estos

grandes bloques en los que se ha estructurado este informe se explica más detalladamente a continuación.

Parte I.- Análisis sectorial

El análisis descriptivo que se realiza en el Capítulo 2 del sector agroalimentario de la Región de Murcia permite identificar las actividades más importantes dentro del mismo en términos de generación de riqueza y empleo, equilibrio territorial, mantenimiento de la actividad económica en zonas desfavorecidas, etc. Este análisis da pie a la determinación de los subsectores concretos para los que se ha realizado un análisis en profundidad de su situación, tal y como se detalla en la Tabla 2. Cabe únicamente explicar de esa tabla, el hecho de que en el estudio se haya considerado el interés y la pertinencia de, en los casos de la producción del aceite de oliva y del vino, analizar su producción agraria (vid y olivo) conjuntamente a la actividad industrial de transformación (aceite de oliva y vino), a diferencia de lo realizado en los sectores cárnico y conservero. La dimensión e importancia de los sectores de producción de frutas y hortalizas frescas, y del ganadero, sectores que abastecen y están estrechamente ligados a las actividades de elaboración de productos conserveros y cárnicos, y la gran importancia de esos dos sectores agroindustriales, exigían un análisis particular para los mismos.

Para el análisis de los subsectores agrarios se han tenido en cuenta fuentes de información secundarias, procedentes fundamentalmente de la FAO, de EUROSTAT, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, de la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia, del Instituto Nacional de Estadística y del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. Además, se ha llevado a cabo una rigurosa revisión bibliográfica, que ha permitido detectar los últimos acontecimientos que han afectado al sector. Y para contrastar la visión existente de la situación actual se han mantenido reuniones con empresarios del sector agroalimentario y dirigentes de las asociaciones profesionales y empresariales agrarias, que han permitido actualizar, analizar y visualizar mejor la realidad y problemática de cada uno de los sectores. Para completar la perspectiva obtenida tras ese proceso, posteriormente se llevaron a cabo una serie de mesas sectoriales en Septiembre, que sirvieron para retroalimentar el proceso y beneficiar la calidad de los documentos finalmente realizados.

Tabla 2. Estructura general de los sectores estudiados en el Plan Estratégico

Parte I.- Análisis Sectorial		
Agricultura, Ganadería y Pesca	1. Frutas	Capítulo 2
	2. Hortalizas	
	3. Cítricos	
	4. Almendra y cereales	
	5. Olivo y aceite	
	6. Viña y vino	
	7. Ganadería	
	8.- Pesca y acuicultura	
Industria Agroalimentaria	1. Conservas Vegetales	Capítulo 3
	2. Industria Cárnica	

Fuente: Elaboración Propia.

Los dos capítulos en los que se realiza el análisis de los distintos subsectores siguen, con pequeñas diferencias motivadas por peculiaridades de los sectores tratados, de una misma metodología de trabajo y una estructura común de exposición de la información, siguiendo básicamente el siguiente esquema general de contenidos a tratar:

- 1.- Introducción.
- 2.- Marco institucional.
- 3.- Estructura productiva.
- 4.- Estructura de comercialización.
- 5.- Comercio exterior.
- 6.- Análisis de la estructura empresarial.
- 7.- Problemática del sector (DAFO).
- 8.- Actuaciones recomendadas.

Parte II.- Análisis Transversal

El estudio de los principales subsectores productivos del sector agroalimentario de la Región se completa con el análisis de los principales agentes que intervienen en la actividad y de otra serie de aspectos transversales de interés general en el desarrollo del sector. Los contenidos tratados en este segundo gran bloque temático de análisis de cuestiones de carácter transversal se recogen en la Tabla 3. La estructura seguida en la exposición de todos los aspectos que fueron analizados en los Capítulos 4 y 5 de este informe, difieren de unos a otros dada la distinta temática que en cada uno de ellos es abordada.

Tabla 3. Estructura de los aspectos transversales considerados en el Plan Estratégico

Parte II.- Análisis Transversal		
Análisis de los Principales Agentes	1. Consejería de Agricultura	Capítulo 4
	2.- Organizaciones Profesionales Agrarias	
	3.- Organizaciones Empresariales	
Análisis Transversal	1. Recursos Hídricos	Capítulo 5
	2. Recursos Humanos	
	3. Comercialización	
	4. Políticas de Diferenciación	
	5. Investigación y Transferencia de Tecnología	
	6. Desarrollo Rural	
	7. Análisis Económico Financiero	

Fuente: Elaboración Propia.

Parte III.- Propuestas y Líneas de actuación: Plan Estratégico del Sector Agroalimentario de la Región de Murcia

Tras esos dos grandes bloques, que se complementan, y proporcionan una visión global de la situación actual y problemática general del sector agroalimentario en la Región, se propone el Plan Estratégico del Sector Agroalimentario de la Región de Murcia (Parte III) en el que, tras una visión de los problemas detectados -para los distintos sectores o desde una perspectiva transversal-, se establecen siete ejes estratégicos: producción, transformación, comercialización, I+D+i y recursos humanos, agua e infraestructuras, agentes del sector, y contexto general y desarrollo rural. Para cada uno de ellos, se proponen los objetivos más importantes a conseguir, las principales líneas de actuación y los indicadores, ya que éstos ayudan a hacer un seguimiento del grado de consecución de los objetivos, todos ellos recogidos en este Plan Estratégico, desde una perspectiva global e integradora.

La definición de dichos objetivos, líneas de actuación e indicadores se concreta en los Cuadros de Mando, en los que han participado tanto el personal de las universidades públicas de la región, como miembros de la Consejería de Agricultura y Agua, y los representantes de las organizaciones profesionales y empresariales agrarias. Para ello, se han creado diferentes órganos de participación:

- **Comité de Estrategia**, es el encargado de tomar las decisiones que afectan de forma global a todo el sector. Está formado por el Consejero de Agricultura y Agua, y los diferentes Directores Generales.
- **Comités de Eje**, son los encargados de tomar las decisiones que afectan a cada Eje Estratégico. Están formados por los Directores Generales, los más vinculados a cada Eje, junto a los tres directores del PESAM.

- **Grupos de Contraste**, están formados por miembros de las organizaciones profesionales empresariales agrarias, y responsables de la Consejería de Agricultura y Agua.

Los directores del PESAM plantearon unos cuadros de mando para cada eje estratégico, que fue analizado y discutido por el Comité de Estrategia, inicialmente, y por los Comités de Eje. A continuación, con una nueva propuesta mejorada, se expuso a los Grupos de Contraste, cuyas aportaciones han perfeccionado la calidad del documento, y han permitido el consenso entre todas las organizaciones y los responsables de la Consejería.

Finalmente, en este documento se justifica la necesidad de crear un Comité de Implantación y Seguimiento, y se expone el cuadro presupuestario necesario para llevar a la práctica el presente Plan Estratégico del Sector Agroalimentario de la Región de Murcia.

ÍNDICE DEL CAPÍTULO

1.- INTRODUCCIÓN.....	1
2.- MARCO INSTITUCIONAL.....	4
2.1.- La Organización Mundial del Comercio (OMC).....	4
2.2.- La Reforma de la Política Agraria Común (PAC).....	6
2.3.- La Organización Común de Mercados de Frutas y Hortalizas Frescas (OCM).....	7
2.3.1.- <u>Normalización</u>	8
2.3.2.- <u>La Organización de Productores (OP)</u>	10
2.3.3.- <u>El Fondo Operativo (FO)</u>	12
2.3.4.- <u>El Programa Operativo (PO)</u>	13
2.3.5.- <u>Las Organizaciones Interprofesionales</u>	14
2.3.6.- <u>El régimen de intervención en el mercado: Indemnización Comunitaria de Retirada (ICM)</u>	14
2.3.7.- <u>Régimen de intercambios con terceros países</u>	16
2.4.- Acuerdos con terceros países.....	17
3.- PRODUCCIÓN.....	20
3.1.- Hortalizas.....	20
3.1.1.- <u>En el mundo</u>	20
3.1.2.- <u>En la Unión Europea</u>	22
3.1.3.- <u>En España y en la Región de Murcia</u>	23
3.1.4.- <u>Producción de hortalizas en invernadero</u>	26
3.1.4.1.- <i>Principales cultivos hortícolas producidos en invernadero</i>	27
3.1.4.2.- <i>Principales zonas productoras de hortalizas en invernadero</i>	28
3.1.4.3.- <i>Evolución tecnológica de los invernaderos mediterráneos</i>	30
3.1.4.4.- <i>La producción en invernadero en la Región de Murcia</i>	30
3.1.5.- <u>Principales hortalizas producidas en la Región de Murcia</u>	33
3.2.- Lechuga.....	35
3.2.1.- <u>En el mundo</u>.....	35
3.2.2.- <u>En la Unión Europea</u>	37
3.2.3.- <u>En España y en la Región de Murcia</u>	38
3.3.- Melón.....	40
3.3.1.- <u>En el mundo</u>	41
3.3.2.- <u>En la Unión Europea</u>	42
3.3.3.- <u>En España y en la Región de Murcia</u>	43
3.4.- Tomate.....	47
3.4.1.- <u>En el mundo</u>	47
3.4.2.- <u>En la Unión Europea</u>	49
3.4.3.- <u>En España y en la Región de Murcia</u>	50

3.5.- Pimiento	53
3.5.1.- <u>En el mundo</u>	53
3.5.2.- <u>En la Unión Europea</u>	54
3.5.3.- <u>En España y en la Región de Murcia</u>	55
4.- ESTRUCTURAS AGRARIAS.....	59
4.1.- Modalidades de cultivo	59
4.2.- Análisis de las explotaciones de hortalizas por Orientaciones Técnico Económicas (OTE).....	60
4.2.1.- <u>Hortalizas</u>	60
4.2.1.1.- <i>Dimensión territorial</i>	60
4.2.1.2.- <i>Dimensión económica</i>	62
4.2.1.3.- <i>Productividad de la tierra</i>	64
4.2.2.- <u>Hortalizas en cultivo hortícola</u>	65
4.2.2.1.- <i>Dimensión territorial</i>	65
4.2.2.2.- <i>Dimensión económica</i>	67
4.2.2.3.- <i>Productividad de la tierra</i>	69
4.2.3.- <u>Hortalizas en invernadero</u>	70
4.2.3.1.- <i>Dimensión territorial</i>	70
4.2.3.2.- <i>Dimensión económica</i>	71
4.2.3.3.- <i>Productividad de la tierra</i>	74
5.- COMERCIO EXTERIOR.....	76
5.1.- Hortalizas	76
5.1.1.- <u>En el mundo</u>	76
5.1.2.- <u>En la Unión Europea</u>	76
5.1.3.- <u>En España y en la Región de Murcia</u>	79
5.2.- Lechuga.....	83
5.2.1.- <u>En el mundo</u>	83
5.2.2.- <u>En la Unión Europea</u>	85
5.2.3.- <u>En España y en la Región de Murcia</u>	87
5.3.- Melón	91
5.3.1.- <u>En el mundo</u>	91
5.3.2.- <u>En la Unión Europea</u>	93
5.3.3.- <u>En España y la Región de Murcia</u>	95
5.4.- Tomate.....	99
5.4.1.- <u>En el mundo</u>	99
5.4.2.- <u>En la Unión Europea</u>	99
5.4.3.- <u>En España y en la Región de Murcia</u>	102
5.5.- Pimiento	106
5.5.1.- <u>En el mundo</u>	106
5.5.2.- <u>En la Unión Europea</u>	106

5.5.3.- <u>En España y en la Región de Murcia</u>	109
6.- COMERCIALIZACIÓN	113
6.1.- Principales destinos de la producción	113
6.2.- Análisis del consumo	114
6.2.1.- <u>Hábitos de consumo en España</u>	115
6.2.2.- <u>Consumo en los principales mercados europeos</u>	123
6.3.- Estructura del sector comercializador	131
6.3.1.- <u>Canales de intermediación y operadores</u>	131
6.3.2.- <u>Agentes que operan en el Mercado de Origen en la Región de Murcia</u>	132
6.4.- Decisiones de marketing	155
6.4.1.- <u>Decisiones de producto</u>	155
6.4.2.- <u>Decisiones de precios</u>	164
6.4.3.- <u>Decisiones de distribución</u>	172
6.4.4.- <u>Política de comunicación</u>	180
6.5.- Competencia y mercados emergentes	181
7.- ANÁLISIS DAFO	183
7.1.- Puntos fuertes	183
7.2.- Puntos débiles	185
7.3.- Oportunidades	187
7.4.- Amenazas	188
8.- RECOMENDACIONES	192
9.- BIBLIOGRAFÍA	197

1.- INTRODUCCIÓN

Por su importancia socioeconómica, el subsector hortofrutícola es considerado estratégico para el sector agroalimentario y la economía de la Región de Murcia. Así lo ponen de relieve los siguientes datos:

- En la Región de Murcia, la producción de **hortalizas**, frutas y cítricos, que en el año 2004 ascendió a 1.305,18 millones de euros, aportó el 65,6% del valor de la Producción Agraria y el 85,8% del valor de la Producción Vegetal, lo que pone de relieve el enorme peso del subsector hortofrutícola en el sector agroalimentario y en la economía de la Región de Murcia. Esta importancia también se manifiesta en términos de superficie de cultivo y, sobre todo, de producción, de forma que los cultivos hortofrutícolas murcianos contribuyen con el 66,9% y el 84,2%% de la superficie y de la producción de los cultivos herbáceos y leñosos, respectivamente (Tabla 1).

Tabla 1. Distribución de la superficie, volumen y valor de la producción hortofrutícola por grupos de productos (2004)

	Has	%	Tm	%	Mill. Euros	%
Hortalizas	48.947	25,4	1.776.113	64,5	807,8	61,8
Frutas	104.497 ¹	54,2	375.286	13,6	253,9	19,4
Cítricos	39.382	20,4	600.967	21,8	243,5	18,6
Total (H+F+C)	192.826	100,0	2.752.366	100,0	1.305,2	100,0
Otros cultivos	145.881	43,1	517.260	15,8	206,9	13,6
Total Vegetal	338.707	100,0	3.269.626	100,0	1.521,1	100,0

Fuente: Información facilitada por la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia. (1) 71.760 son de almendro.

- La mayor contribución al conjunto de los productos hortofrutícolas corresponde a las **hortalizas** que, aunque acaparan el 25,4% de la superficie de cultivo (40,4% si se excluye la superficie de almendro del total hortofrutícola), aportan el 64,5% de la producción y el 61,8% del valor (Tabla 1). Aunque a frutas se dedica más de la mitad de toda la superficie hortofrutícola (54,2% si se incluye la superficie de almendro y 27,0% si se excluye), la producción en toneladas es la menor (13,6%), si bien en valor superan ligeramente la correspondiente a los cítricos (19,4% de las frutas frente al 18,6% de los cítricos).
- La Región de Murcia contribuye con el 20,1% de la superficie, el 12,1% del volumen y el 10,9% del valor de la producción hortofrutícola nacional (Tabla 2). Si desagregamos por categorías, las **hortalizas** son las que contribuyen con un mayor porcentaje al conjunto de la producción horticola nacional en

volumen (14,3%), mientras que las frutas presentan la mayor aportación en superficie (36,3%) y los cítricos en valor (11,8%).

Tabla 2. Contribución de la Región de Murcia a la superficie, volumen y valor de la producción hortofrutícola española por grupos de productos (2004)

	Has España	% M/E	Tm España	% M/E	Mill. Euros España	% M/E
Hortalizas	364.958	13,4	12.457.490	14,3	7.983,2	10,1
Frutas	287.522	36,3	4.086.806	9,2	3.915,1	6,5
Cítricos	305.748	12,9	6.245.128	9,6	2.059,4	11,8
Total (H+F+C)	958.228	20,1	22.789.424	12,1	13.957,7	10,9

Fuente: Información facilitada por la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia. Los datos de Has y Tm de España corresponden al año 2003.

- Es un sector que obtiene la totalidad de sus ingresos en el mercado, de manera que no percibe ayudas a la producción y las obtenidas por la retirada de productos en 2004 (1.810.362 euros) sólo supusieron el 0,14% del valor de la producción. De esta cuantía, el 86% corresponde a las **hortalizas** (1.556.561 euros, el 0,19% del valor de la producción hortícola),
- Provee de materias primas a la importante industria conservera regional y demanda gran cantidad de inputs y servicios (maquinaria, plásticos, envases, instalaciones, transporte, etc.).
- Por su carácter intensivo en mano de obra, es un subsector que crea gran cantidad de empleo directo e indirecto en las actividades auxiliares que genera, configurándose como clave para la integración social de los inmigrantes.
- Murcia exportó en 2004 más del 70% de los productos hortofrutícolas que produjo, lo que supuso más de la quinta parte de las exportaciones nacionales (20,6%), aportando el 61,2% del valor de las exportaciones agroalimentarias regionales y el 36,4% del total de las exportaciones (Tabla 3). Se pone así de manifiesto la gran vocación exportadora de las empresas hortofrutícolas murcianas y su importante contribución al superávit de la balanza agroalimentaria regional. Por tipo de productos, Murcia exportó el 69,9% de las **hortalizas** producidas (el 26,5% de las exportadas por España), siendo mayor el porcentaje correspondiente a los cítricos 93,3% (15,9% de las exportaciones españolas) y superior al 42,1% de las frutas (12,4% de las ventas de España en el exterior).

Tabla 3. Producción hortofrutícola murciana comercializada en los mercados exteriores (Tm)

	Producción Murcia (PM)	Exportación Murcia (EM)	% EM/PM	Exportación España (EE)	% EM/EE
Hortalizas	1.776.113	1.241.170	69,9	4.689.690	26,5
Frutas	375.286	158.001	42,1	1.278.696	12,4
Cítricos	600.967	560.840	93,3	3.528.868	15,9
Total (H+F+C)	2.752.366	1.960.011	71,2	9.497.254	20,6

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

- La Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas de 2003 recoge 18.103 explotaciones en la Región que tienen como orientación técnico económica (OTE) productos hortofrutícolas. Este número de explotaciones representa el 48% de todas las explotaciones regionales y el 7,7% de las nacionales cuya OTE son productos hortofrutícolas. De estas 18.130 explotaciones hortofrutícolas, el 22,9% (4.148 explotaciones que representan el 8,4% del total nacional) son de **hortalizas**, el 27,7% de frutales (5.015 explotaciones que suponen el 11,4% de las nacionales) y el 49,4% de cítricos (8.940 explotaciones que representan el 9,0% de las españolas). Estos datos convierten a Murcia en la segunda Comunidad Autónoma que más explotaciones con OTE **hortalizas** aporta (8,4%), después de Andalucía (47,8%), y la primera en cuanto a SAU (24,6%).
- En la Región existen 438 operadores que comercializan productos hortofrutícolas. De ellos, el 71,9% son sociedades anónimas o limitadas, el 15,5% cooperativas, el 8,0% personas físicas, y el 4,6% SAT. Entre los primeros 532 mayores operadores nacionales de frutas y hortalizas 67 son murcianos, el 12,6%, porcentaje que se mantiene casi constante entre los diferentes estratos de tamaño. De estas 438 centrales hortofrutícolas murcianas, 198 (45,2%) comercializan **hortalizas**, 150 frutas (34,2%) y 220 cítricos (50,2%). Como se puede ver en la Tabla 4, son bastantes los casos en los que las centrales no comercializan una única tipología de productos, de forma que sólo 80 (18,3%) se centran exclusivamente en **hortalizas**, 24 (5,5%) sólo comercializan frutas, y 95 (21,7%) sólo trabajan cítricos.

Tabla 4. Distribución de las centrales hortofrutícolas de la Región de Murcia por tipo de productos

Hortalizas (H)	Frutales (F)	Cítricos C	H+F	H+C	F+C	H+F+C
198 (45,2)	150 (34,2)	220 (50,2%)	50 (11,4%)	49 (11,2%)	57 (13,0%)	19 (4,3%)

Fuente: Secretaría de Estado de Turismo y Comercio.

2.- MARCO INSTITUCIONAL

2.1.- La Organización Mundial del Comercio (OMC)

Los sucesivos acuerdos adoptados en el marco de la Organización Mundial del Comercio tienden a facilitar los intercambios entre los distintos países. Para ello han incidido en la reducción de las barreras arancelarias, de las ayudas internas y de las subvenciones a las exportaciones, así como en la eliminación de los mecanismos de protección de efecto equivalente como es el caso de las barreras técnicas.

Los acuerdos de la Ronda de Uruguay del GATT de 1995 contemplaron, por primera vez, la liberalización de los intercambios de productos agrícolas, significando para las frutas y hortalizas el desmantelamiento, con carácter general, del 20% de las protecciones en forma de derechos arancelarios y precios de entrada. Aunque no se han producido grandes avances en las sucesivas conferencias en las que se han llevado a cabo conversaciones multilaterales (Seattle en 1996, Ginebra en 1998, Seattle en 1999, Doha en 2001, Cancún en 2003 y Hong Kong en 2005) la tendencia es a continuar con esta apertura.

La Ronda de Uruguay supuso un cambio en el régimen de intercambios comerciales de la Unión Europea con terceros países. Como consecuencia de los acuerdos adoptados, los productos sometidos anteriormente a precios de referencia, excepto berenjenas, lechugas y escarolas, han sido objeto de una arancelización. La misma ha consistido en la eliminación de todas las medidas aplicadas en frontera que no sean derechos de aduana propiamente dichos (restricciones cuantitativas, calendarios o prohibiciones de importación, precios mínimos de importación, gravámenes variables, etc.), sustituyéndolas por los denominados equivalentes arancelarios.

Además, se acordó una reducción de los equivalentes arancelarios para el periodo 1995-2000 que, para el caso de las frutas y hortalizas, por ser productos mediterráneos más sensibles, fue del 20% y no del 36% prevista para la mayoría de los productos agrarios. De esta forma, las medidas instauradas en frontera, tanto en los regímenes de importación como de exportación, han supuesto para el comercio exterior de frutas y hortalizas frescas una pérdida evidente del principio de preferencia comunitaria, impulsada además por los acuerdos preferenciales de la Unión Europea con determinados países terceros, tal y como se ampliará en un apartado posterior.

Junto al acuerdo sobre agricultura, en la Ronda de Uruguay también se alcanzó un acuerdo sobre Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias. El

mismo estaba dirigido a profundizar en el proceso de liberalización de los mercados, evitando que los países utilizaran las medidas sanitarias como barreras para la restricción de las importaciones y mantuvieran así una elevada protección sobre su agricultura.

Este acuerdo establece las reglas básicas para la normativa sobre inocuidad de los alimentos, la salud de los animales y la preservación de los vegetales autorizando a los países a establecer sus propias normas. Pero también señala que es preciso que las reglamentaciones estén fundadas en principios científicos y, además, que sólo se apliquen en la medida necesaria para proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o para preservar los vegetales, y que no discriminen de manera arbitraria o injustificable entre Miembros en que prevalezcan condiciones idénticas o similares.

Además, alienta a los Miembros a que utilicen las normas, directrices y recomendaciones internacionales, cuando existan. No obstante, los Miembros pueden aplicar medidas que se traduzcan en normas más rigurosas si hay una justificación científica. Pueden establecer asimismo normas más rigurosas sobre la base de una evaluación adecuada del riesgo siempre y cuando la técnica sea coherente y no arbitraria.

Las Organizaciones Agrarias regionales consideran que en el marco de las negociaciones de la OMC, los productos agrarios en general, y los hortofrutícolas en particular, se han convertido en moneda de cambio para que los países menos desarrollados realicen concesiones en los sectores industriales y en los servicios. Por ello, proponen impulsar la no concesión de ventajas comerciales a terceros países sin conocer previamente el impacto económico sobre el sector y su aprobación por sus organizaciones representativas.

Asimismo, ponen de manifiesto la dificultad que las empresas hortofrutícolas regionales tienen para acceder a mercados con elevado poder adquisitivo, como EEUU y Japón, debido a barreras fitosanitarias y exigencias arbitrarias, mientras que la Unión Europea mantiene una política comercial aperturista. En este sentido, las Organizaciones solicitan a la Administración Regional que mantenga un posicionamiento firme ante el MAPA y ante la UE para que estos países eliminen las barreras comerciales no arancelarias que les permiten mantener un alto nivel de protección en sus mercados teóricamente abiertos.

2.2.- La Reforma de la Política Agraria Común (PAC)

El 26 de junio de 2003, los ministros de Agricultura de la UE aprobaron una reforma en profundidad de la Política Agrícola Común (PAC) motivada, en parte, por los acuerdos adoptados en el seno de la Organización Mundial del Comercio. Esta reforma da un giro absoluto al modo en que la UE apoya al sector agrario. La nueva PAC se centrará en el consumidor y los contribuyentes, y dará a los agricultores europeos libertad para producir lo que el mercado demande.

El Reglamento (CE) 1782/2003 establece las nuevas directrices por las que se van a orientar los regímenes de ayudas directas en el marco de la PAC. Los elementos clave de la reforma recogidos en este Reglamento pueden resumirse como sigue:

- *Ayuda única* por explotación para los agricultores de la UE, independiente de la producción. No obstante, podrá mantenerse, de forma limitada, un elemento de vinculación a la producción a fin de evitar el abandono de la misma.
- *Condicionabilidad* de las ayudas al cumplimiento de normas en materia de medio ambiente, salubridad de los alimentos, sanidad animal y vegetal y bienestar de los animales, así como al mantenimiento de las tierras agrarias en buenas condiciones agronómicas y ambientales.
- *Modulación*, consistente en una reducción de las ayudas directas a las explotaciones de mayor tamaño, a fin de financiar las nuevas medidas de desarrollo rural.
- *Política de desarrollo rural reforzada*, lo que supone más fondos de la UE y nuevas medidas para promover la protección del medio ambiente, la calidad y el bienestar animal.
- *Disciplina financiera* que garantice que el presupuesto agrario fijado hasta 2013 no sea sobrepasado.

La Reforma de la PAC no afecta de forma directa al sector de frutas y hortalizas pero sí indirectamente. En España, debido al barbecho agronómico, entre otros factores, hay más superficie elegible que derechos de Pago Único. Esto puede provocar que un agricultor con más hectáreas elegibles que las necesarias para justificar sus derechos puede hacer coincidir sus hectáreas elegibles sobrantes con sus tierras de regadío, cultivando en estas últimas frutas y hortalizas, de forma que en conjunto aumente la superficie hortofrutícola.

No obstante, para no acarrear problemas de competencia y desestabilización del sector, el reglamento de Pago Único prohíbe cultivar hortalizas en tierras que pudieran dejarse de cultivar. El agricultor, a fin de no perder el importe de los derechos, preferirá implantar otros cultivos que no le detraigan ayudas.

Por otra parte, los Reglamentos (CE) 1782/2003, 795/2004 y 606/2004 limitan a tres meses el tiempo en el que se puede implantar un cultivo después de otro acogido a compensación PAC (segundas cosechas). No hay ningún hortícola que, a partir de agosto, su periodo de cultivo dure tres meses. Si se implanta alguno que dure más, el siguiente cultivo que se siembre no tendrá derecho a ayudas PAC.

2.3.- La Organización Común de Mercados de Frutas y Hortalizas Frescas (OCM)

Establecida por el Reglamento (CE) 2200/1996 del Consejo, de 28 de octubre de 1996, ha sido modificado posteriormente por los siguientes:

- Reglamento (CE) 2699/2000 del Consejo, de 4 de diciembre de 2000, que modifica el Reglamento (CE) 2200/96, por el que se establece la organización común de mercados en el sector de las frutas y hortalizas, el Reglamento (CE) 2201/96, por el que se establece la organización común de mercados en el sector de los productos transformados a base de frutas y hortalizas, y el Reglamento (CE) 2202/96, por el que se establece un régimen de ayuda a los productores de determinados cítricos.
- Reglamento (CE) 1433/2003 de la Comisión, de 11 de agosto de 2003, por el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) 2200/1996 del Consejo en lo que se refiere a los programas y fondos operativos y a la ayuda financiera.
- Reglamento (CE) 1432/2003 de la Comisión, de 11 de agosto de 2003, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) 2200/1996 del Consejo en lo relativo al reconocimiento de las organizaciones de productores y al reconocimiento previo de las agrupaciones de productores.
- Reglamento (CE) 103/2004 de la Comisión, de 21 de enero de 2004, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) 2200/1996 del Consejo en lo que atañe al régimen de intervenciones y de retiradas del mercado en el sector de las frutas y hortalizas.

La OCM de frutas y hortalizas frescas establecida por el Reglamento (CE) 2200/1996 pretendía resolver algunos problemas detectados por la Comisión derivados de la anterior OCM aprobada por el Reglamento (CE) 1035/72 y preparar al sector para hacer frente a los nuevos retos, a saber: **a)** la cada vez mayor apertura del mercado comunitario, **b)** las mayores exigencias en cuanto a calidad por parte de los consumidores, **c)** la preocupación por el respeto del medio ambiente, **d)** la tendencia a la concentración del sector distribuidor para adquirir un mayor poder negociador frente al sector productor, y **e)** un ambiente presupuestario comunitario restrictivo.

El contenido de la OCM de frutas y hortalizas de 1996 hace referencia principalmente a: **a)** la normalización, **b)** las organizaciones productores, **c)** los programas y fondos operativos, **d)** las organizaciones interprofesionales, **e)** el régimen de intervenciones en el mercado, **f)** el régimen de intercambio con terceros países, **g)** los controles nacionales y comunitarios, y **h)** el seguimiento e información.

En los siguientes subapartados se amplían estos contenidos de la OCM, a la vez que indican las objeciones planteadas por las Organizaciones Agrarias y las modificaciones que según éstas debería incorporar la próxima reforma de la OCM que la Comisión está elaborando, sobre la base de que esta reforma debe estar orientada a: **a)** mantener la competitividad de la producción española frente a la competencia de terceros países, y **b)** fortalecer la posición negociadora del sector frente a la gran distribución europea.

2.3.1.- Normalización

El instrumento principal de esta OCM en materia de calidad lo constituyen las normas de comercialización que han de cumplir los productos hortofrutícolas para que puedan ser comercializados en el mercado interior tanto si son comunitarios como si proceden de la importación. También deben cumplirlas los productos destinados a la exportación, si bien podrá concederse excepciones de acuerdo a las exigencias de esos mercados. Estas normas versan sobre el calibre, peso, variedad, origen, color, maduración, etiquetado, categoría, etc. Además, en respuesta a las demandas de los consumidores, de forma creciente se incorporan a estas normas criterios intrínsecos como las características organolépticas.

La verificación del cumplimiento de las normas de calidad se hará mediante controles por sondeo en todas las fases de comercialización y durante el

transporte. Se responsabiliza al tenedor de la mercancía del incumplimiento de la normalización.

Según las Organizaciones Agrarias murcianas, las normas de calidad han supuesto la homogeneidad de calibres, calidades, etc. de los productos independientemente de su origen, y han contribuido enormemente a facilitar el comercio internacional. Sin embargo, la excesiva lentitud para adaptarse a los cambios que impone el mercado puede generar problemas a los productores por incumplimiento de las mismas. Por ello solicitan: **a)** adaptar las normas de calidad comercial de la Unión Europea a la nueva realidad del mercado, **b)** extender la normalización a todos los productos hortofrutícolas, **c)** considerar la posibilidad de adaptar las normas a la unidad de venta al consumidor para todos aquellos productos para los cuales ésta incluye varias unidades y no por unidad de venta industrial como hasta ahora.

Además de estas normas oficiales, las empresas productoras se ven sometidas en la actualidad a otra serie de exigencias dirigidas a preservar el medioambiente, la calidad y la seguridad alimentaria, entre las que cabe destacar las relativas: **a)** al contenido de productos fitosanitarios, lo que está propiciando el desarrollo de la producción integrada y la agricultura ecológica, **b)** el cumplimiento de protocolos de buenas prácticas agrícolas impuestos por las grandes cadenas de distribución (EUREPGAP, BRC, Nature's Choice, etc.) o certificaciones de calidad tales como las Normas UNE 155000 de AENOR o la ISO 9000:2000, **c)** la trazabilidad, **d)** el Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico (APPCC), y **e)** el origen en el marco de la política de calidad relativa a los productos agrícolas y alimenticios (Reglamento CEE 2081/92) y que se concretan en las Denominaciones de Origen Protegida (DOP), la Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y las Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG).

En cuanto a estas otras exigencias, las Organizaciones Agrarias murcianas manifiestan **a)** la elevada proliferación y dispersión de las mismas, lo que conlleva un incremento de los costes de producción y una disminución de la credibilidad del consumidor por la confusión que se le genera. De aquí que las mismas reclamen la homogeneización de la normativa de la producción integrada tanto en el plano nacional como europeo y su armonización con los principales protocolos de producción (Eurep-Gap, UNE 155000, etc.) y **b)** la falta de armonización del límite máximo de residuos (LMRs) entre los países de la UE lo que dificulta el libre intercambio entre ellos, motivo por el que reclaman su armonización.

2.3.2.- La Organización de Productores (OP)

Constituyen el elemento base de la OCM que refuerza el poder de los productores en el mercado frente a una demanda cada vez más concentrada. Por Organización de Productores (OP) se entiende toda persona jurídica constituida por iniciativa propia que cumpla unos requisitos mínimos en cuanto al número de socios y volumen de producción comercializable, y que se comprometa a cumplir con determinadas normas en relación con su objeto, su organización y funcionamiento, entre ellas: **a)** ofrecer a sus miembros garantías suficientes respecto a la ejecución, duración y eficacia de su acción, **b)** dar a sus miembros la posibilidad de obtener la asistencia técnica necesaria para la aplicación de prácticas de cultivo respetuosas con el medio ambiente, y **c)** poner a disposición de sus miembros los medios técnicos necesarios para el almacenamiento, acondicionamiento y comercialización de los productos, y garantizar una gestión comercial, contable y presupuestaria adecuada a las tareas que se asignen.

Entre sus principales objetivos figuran: **a)** asegurar la programación de la producción y su adaptación a la demanda, especialmente en lo que respecta a la cantidad y calidad, **b)** fomentar la concentración de la oferta y la puesta en el mercado de la producción de los miembros, **c)** reducir los costes de producción y regularizar los precios de la producción, **d)** fomentar prácticas de cultivo y técnicas de producción y de gestión de los residuos respetuosas con el medio ambiente, en especial para proteger la calidad de las aguas, del suelo y del paisaje, y para preservar y/o potenciar la biodiversidad. Para ello, a través de las OPs se canalizan la mayoría de las medidas de regulación y, en concreto, las retiradas de los productos, las ayudas a productos específicos, y la contratación con industrias para productos con ayuda comunitaria.

En el año 2004 existían en España 630 Organizaciones de Productores de Productores de Frutas y Hortalizas. De ellas, 164 (26,2%) se ubican en la Comunidad Valenciana, 140 en Andalucía (22,4%) y 85 (13,5%) en la Región de Murcia. De ellas, 50 trabajan en exclusiva o en combinación con otros productos las **hortalizas**, 41 las frutas y 27 los cítricos.

Según un reciente informe del Tribunal de Cuentas de la Unión Europea (Informe Especial 8/2006) en el que se analiza la eficacia de la ayuda comunitaria a los programas operativos de los productores de frutas y hortalizas, las OPs de la muestra con la que se trabajó realizaron progresos en la consecución de la mayoría de los objetivos fijados. Sin embargo, en cuanto a la concentración de la oferta, sólo han conseguido un tercio aproximado de la producción comunitaria de frutas y

hortalizas y su nivel de crecimiento ha sido inferior al del conjunto del sector, de forma que si se mantiene esta tendencia actual, en 2013 no se habrá conseguido el objetivo de concentrar el 60 %.

Atendiendo al mencionado informe, en el año 2004 existían en la UE 1.500 OPS, muy diversas en tamaño y carácter. Cinco estados miembros; Dinamarca, Austria, Finlandia y Suecia; tienen menos de 10, mientras que en cuatro; Grecia, Italia, Francia y España; hay más de 100, destacando el caso de España que con 616 casi duplica en número al segundo país, Francia con 314. Esta heterogeneidad no sólo atañe al número de OPs, sino también al grado de concentración de la oferta alcanzado. Así, mientras que en los Países Bajos y Bélgica las OPs concentran alrededor del 80% de la producción, en España se sitúa en torno al 33%, en Grecia en el 13% y en Portugal en el 6%. Además, se observa que la mayor concentración no se da en los países con mayor número de OPs sino en los que éstas alcanzan una mayor dimensión.

En la Región de Murcia, aunque el nivel de concentración de la oferta de frutas y hortalizas se sitúa por encima de la media nacional, alcanzándose para algunos productos como el tomate valores superiores al 80%, sin embargo el nivel de participación logrado se considera insuficiente para conseguir una regulación de la oferta eficaz. De aquí que los interlocutores del sector consideren prioritario:

- Potenciar las OPs existentes para aumentar su participación en la comercialización, fortalecer la posición de los productores en el mercado y afrontar los retos que plantea la concentración de la demanda. Para ello, reclaman incentivos a la constitución de OPs en aquellas zonas donde no existan, a la incorporación de nuevos socios, a las fusiones de OPs y a la adopción de acuerdos comerciales.
- Impulsar la figura de la Asociación de Organizaciones de Productores entre cuyos cometidos, según el Reglamento (CE) 2200/96, destaca el establecimiento de normas homogéneas de producción y comercialización de obligado cumplimiento para el conjunto de agricultores de una determinada "circunscripción económica", de manera que se consiga una regulación eficaz de la oferta.

2.3.3.- El Fondo Operativo (FO)

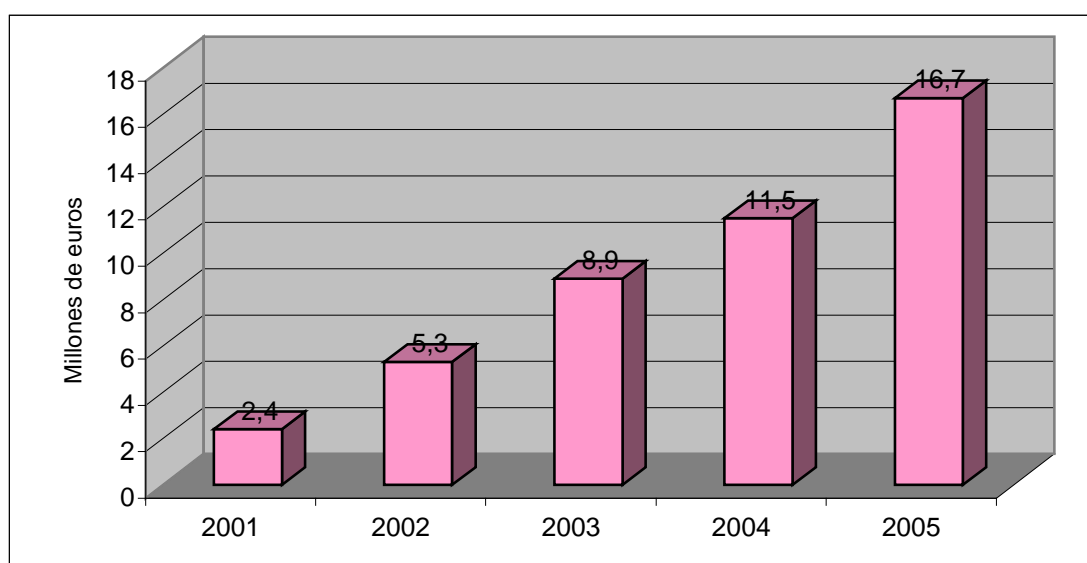
El Fondo Operativo (FO) es instrumento financiero que la OCM concede a las OPs para que puedan lograr sus objetivos. Este instrumento debe financiar medidas que mejoren las estructuras de producción y comercialización al objeto de mejorar la competitividad del sector y poder afrontar los retos que se presentan ante la liberalización de los mercados y las elevadas exigencias y poder de negociación de la gran distribución.

El FO se nutre de las aportaciones de los socios y de la Unión Europea con cargo al FEOGA-Garantía, a partes iguales, de forma que la contribución financiera del FEOGA al FO se limita al 4,1% del volumen de la producción verdaderamente comercializada por la OP.

El FO se destinará: **a)** a complementar la indemnización comunitaria de retirada hasta su límite máximo, para los productos del anexo II, y al pago de una compensación de retirada para los productos que no figuran en dicho anexo, y **b)** a financiar un Programa Operativo presentado por las OPs a las autoridades nacionales.

En la Figura 1 se puede observar el incremento continuo de los pagos realizados por la Consejería de Agricultura y a las OPs de la Región en concepto de aportaciones a los Fondos Operativos.

Figura 1. Importe de las ayudas pagadas a las OP



Fuente: Memoria 2003, 2004, 2005 de la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia.

Según las Organizaciones Agrarias murcianas este instrumento financiero debe contribuir, de un lado, a financiar el proceso de adaptación del sector a la creciente competencia exterior consecuencia de los acuerdos comerciales multilaterales y bilaterales y, de otro, a compensar la fuerte reducción de las restituciones a la exportación y del sistema de intervención en el mercado, tanto en los niveles de los precios o indemnizaciones comunitarias de retirada como en el establecimiento del 10% como volumen máximo de producción a ser compensado. Para tal fin reclaman un incremento de la dotación financiera de los mismos, aumentando el porcentaje de la ayuda comunitaria al FO e incrementando el límite del 4,1% del valor de la producción comercializada.

2.3.4.- El Programa Operativo (PO)

Los objetivos del Programa Operativo son, entre otros, los previstos para las OPs, es decir: **a)** la programación de la producción, **b)** la adaptación al mercado, **c)** la concentración de la oferta, **d)** la comercialización de la producción de los socios, **e)** la reducción de los costes de producción, **f)** la regularización de los precios de producción, **g)** la promoción de los productos, **h)** la creación de líneas de productos ecológicos, e **i)** la utilización de técnicas de producción integrada, etc.

Además, deberán contener otras medidas destinadas a la utilización, por parte de los miembros, de técnicas que no perjudiquen el medio ambiente e incluir en las previsiones financieras los medios técnicos y humanos necesarios para garantizar el cumplimiento de las normas y las disposiciones fitosanitarias sobre contenidos máximos de residuos.

En la Tabla 5 aparece información del número de Programas Operativos aprobados y modificados, así como el importe de los Fondos Operativos en el periodo 2003-2005. Se comprueba que se ha ido produciendo un incremento del número de los Programas Operativos aprobados y de la cuantía de los Fondos Operativos, mientras que los modificados han disminuido.

Tabla 5. Programas operativos aprobados y modificados e importe del Fondo Operativo

	2003	2004	2005
Aprobados	6	12	19
Importe Fondo Operativo (Miles de euros)	1.888	10.558	11.292
Modificados	32	32	24
Importe Fondo Operativo (Miles de euros)	16.426	13.749	12.770

Fuente: Memoria 2003, 2004, 2005 de la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia.

Las Organizaciones Agrarias Murcianas también presentan una serie de objeciones relacionadas con la excesiva rigidez en la gestión administrativa de los Fondos Operativos en cuanto: **a)** la contribución financiera de los socios, y **b)** las acciones que lo integran, y **c)** la gestión administrativa de las modificaciones. Para solucionar estos problemas demandan a la Administración que la reforma de la OCM flexibilice los Programas Operativos en cuanto: **a)** a la contribución financiera de la OP, **b)** a las acciones que lo integran, **c)** a la gestión administrativa de las modificaciones, y **d)** al periodo de referencia para el cálculo del valor de la producción comercializada.

2.3.5.- Las Organizaciones Interprofesionales

Están constituidas por organizaciones representativas de los empresarios de la producción, de la transformación y de la comercialización de un sector o producto dentro del sistema agroalimentario. Su reconocimiento corresponde a los Estados Miembros cuando las mismas sean representativas y persigan objetivos de mejora del conocimiento y organización de la producción y de la presentación y comercialización de los productos. También se prevé, como en el caso de las OPs, la extensión de las normas. Entre sus funciones figuran: **a)** la mejora del conocimiento y de la transparencia de la producción y del mercado, **b)** la investigación para mejorar la coordinación de la puesta en el mercado, **c)** la elaboración de contratos tipo compatibles con la normativa comunitaria, y **d)** la protección del medio ambiente mediante el fomento de la agricultura biológica, la producción integrada, etc.

En el sector hortofrutícola español hay reconocidas tres Organizaciones Interprofesionales: una para la pera y la manzana (AIPEMA), una para los cítricos (INTERCITRUS) y una para el limón (AILIMPO), esta última con sede en la Región de Murcia.

2.3.6.- El régimen de intervención en el mercado: Indemnización Comunitaria de Retirada (ICM)

El sistema de retiradas constituye el régimen de intervención concebido para hacer frente a excedentes coyunturales de las producciones de frutas y hortalizas ligados, sobre todo, a las condiciones meteorológicas. En general, el mecanismo de retiradas en la actualidad no es un mecanismo eficaz para garantizar las rentas a los agricultores, su objetivo es cubrir una parte de los costes de producción de forma que para el empresario, una vez llegada la recolección, le sea más rentable recoger el fruto que dejarlo en el campo, evitando así el impacto medioambiental.

También se pretende evitar un exceso de oferta ya que la superproducción puede ocasionar descensos de los precios en los mercados.

Esta medida se financia a través del FEOGA-Garantía para las frutas y hortalizas destinadas al consumo en fresco incluidas en el Anexo II del Reglamento (CE) 2200/96 (**tomates, berenjenas, coliflores, melones, sandías**, manzanas, peras, albaricoques, melocotones, nectarinas, uvas de mesa, naranjas, limones, mandarinas, clementinas y satsumas), y a través del presupuesto de los Fondos Operativos aquellas no incluidas en este Anexo.

La OCM de frutas y hortalizas establece la cuantía o importe máximo de la ICM para los diferentes productos del Anexo II, las cantidades a retirar como porcentaje máximo de la cantidad comercializada, y la parte del Fondo Operativo que podrá dedicarse a la financiación de retiradas, ya sea en forma de complemento hasta el límite máximo para los productos del Anexo II, o como compensación de retiradas para los no incluidos.

Tabla 6. Retiradas de frutas y hortalizas

Producto	2003		2004		2005	
	Tm	Euros	Tm	Euros	Tm	Euros
Coliflor	431	30.204	50	3.527	242	169.306
Lechuga	4.971	F.O.	428	F.O.	700	F.O.
Tomate	27.278	1.059.708	27.209	1.313.804	17.094	825.649
Melón	6.436	251.505	3.118	124.666	2.303	92.115
Sandía	2.665	106.141	2.875	114.564	3.293	131.711
Total Hortalizas	41.781	1.447.558	33.679	1.556.561	23.631	1.218.781
Albaricoque	193	24.298	-	0	1.015	143.763
Ciruela	208	F.O.	181	F.O.	171	F.O.
Pera	301	25.193	53	4.470	196	16.452
Melocotón	1.869	205.103	352	38.649	1.855	203.895
Nectarina	1.624	211.593	507	66.106	2.607	339.939
Total Frutas	4.195	466.187	1.093	109.225	5.843	704.049
Clementina	-	0	-	0	180	23.345
Limón	1.174	151.910	1.061	137.655	0	0
Naranja	40	5.560	50	6.921	0	0
Total Cítricos	1.213	157.470	1.111	144.576	180	23.345
Total	47.190	2.071.215	35.883	1.810.362	29.654	1.946.175

Fuente: Memoria 2003, 2004, 2005 de la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia.

De los datos de la Tabla 6 se deduce el descenso de las cantidades retiradas y la concentración de éstas en un número muy reducido de productos, destacando el tomate entre las **hortalizas**, la nectarina entre las frutas y el limón entre los cítricos. En concreto, en el año 2004, las retiradas de productos hortofrutícolas tan

sólo supusieron el 1,3% de la cantidad producida y el 0,14% del valor, porcentajes que desagregados por productos alcanzaron los siguientes valores: 1,9% de la producción de **hortalizas** y 0,19% de su valor, 0,29% de la producción de frutas y 0,04% de su valor, y 0,18% de la producción de cítricos y 0,01% de su valor.

La principal objeción que las Organizaciones Agrarias Murcianas hacen al actual régimen de intervención de la OCM es su incapacidad para estabilizar los precios en situaciones de crisis, motivo que por el que solicitan que la reforma de la OCM en curso contemple la implantación de un sistema de Gestión de Crisis de mercado basado en unos precios de retirada adecuados aplicables cuando los precios de los mercados representativos caen por debajo del nivel de crisis.

2.3.7.- Régimen de intercambios con terceros países

La OCM de frutas y hortalizas de 1996 incorpora las medidas necesarias para aplicación de los acuerdos adoptados en la Ronda de Uruguay del GATT en 1995. En principio, establece que a las importaciones de frutas y hortalizas de terceros países se les aplicará el Arancel Aduanero Común, aunque los derechos arancelarios que establece de forma general para las frutas y hortalizas son reducidos con relación a otros productos agrarios. Esto hace que el sector hortofrutícola sea uno de los sectores comunitarios más desprotegidos frente a las importaciones de terceros países, ya que las épocas en las que los derechos arancelarios son menores coinciden con las de nuestras exportaciones.

Sin embargo, las partidas que lleguen a la frontera comunitaria con un precio inferior a un mínimo establecido se les aplicará un derecho adicional, cuyo importe será como máximo el equivalente arancelario. Este derecho adicional se calcula como un porcentaje sobre el precio de entrada del lote importado. La suma del precio de entrada y de todos los derechos arancelarios aplicados constituyen el precio de importación. Por otra parte, el importador puede elegir entre tres posibilidades el precio de entrada a partir del cual se clasifican en el Arancel Aduanero Común.

Además, se prevé la aplicación de una Cláusula de Salvaguardia especial en el caso de que las importaciones superen un volumen determinado (volumen de activación) o si los precios internacionales caen por debajo de un determinado nivel (precios de activación). Esta cláusula implica la imposición de unos derechos adicionales además de los ya indicados. Sin embargo, el bajo nivel al que se han fijado los precios de activación ha motivado que, en la práctica, pierdan su función protectora en algunos productos y periodos del año.

La OCM también establece los mecanismos de gestión de los contingentes arancelarios, así como las medidas de apoyo a la exportación mediante restituciones. Si bien la gama de productos que se beneficia de este instrumento es amplia, sólo un reducido número de ellos se beneficia significativamente, principalmente las manzanas y los cítricos.

El régimen de intercambio con terceros países tampoco escapa a las críticas de las Organizaciones Agrarias Murcianas, siendo la más destaca la que tiene que ver con el fraude generalizado en la gestión de los precios de entrada, lo que conlleva crisis de mercado provocada por los productos importados. Para abordar este problema las Organizaciones solicitan que la Reforma de la OCM modifique el sistema de gestión de los precios de entrada en dos aspectos fundamentales: **a)** el establecimiento de un sistema único de despacho aduanero, eliminando la libertad de elección del importador entre los tres existentes, y **b)** el reforzamiento de los controles sobre los niveles de precios de los mercados representativos con el fin de que recojan los precios reales.

2.4.- Acuerdos con terceros países

Como complemento a la apertura de los mercados de la Unión Europea de acuerdo a las políticas comerciales acordadas en el ámbito de las Organización Mundial del Comercio, la Comunidad establece acuerdos bilaterales por interés comercial, caso del MERCOSUR o Sudáfrica, o la ayuda al desarrollo a la cooperación con determinados países (ACP, SPG, acuerdos euromediterráneos), que suponen adoptar una serie de medidas que facilitan el acceso de sus productos agrícolas, en general, y de los productos hortofrutícolas en particular.

Estas medidas suelen consistir en una exención total o parcial de los derechos arancelarios que, a su vez, pueden ser de aplicación sólo a un determinado volumen de importación (contingentes) o independientes del volumen importado de cada país. Otra característica de estos acuerdos es la delimitación de la época del año en que son de aplicación las medidas que facilitan el acceso, de forma que fuera de esa fecha son de aplicación los derechos del Arancel Aduanero Común a todos los envíos.

Los acuerdos con los países de la cuenca del Mediterráneo son los que tienen mayor repercusión para la Región de Murcia por la proximidad a la Unión Europea, los productos que pueden obtener, y sus bajos costes de producción asociados a la abundancia de mano de obra y bajos salarios y protección social. Con la Conferencia de Barcelona de 1995, la cooperación con los países terceros

del mediterráneo recibió un fuerte impulso, comprometiéndose la Unión Europea a establecer un área de libre comercio para el año 2010. En el ámbito de los productos hortofrutícolas, los acuerdos con los países mediterráneos tienen un gran impacto ya que entre ellos se encuentran importantes productores como es el caso de Turquía, Egipto y Marruecos, afectando especialmente a los **tomates** y a los cítricos.

Otros acuerdos con menor incidencia para los productos hortofrutícolas murcianos son los mantenidos con los países ACP (África-Caribe-Pacífico), Sudáfrica y América Latina, así como los países en vías de desarrollo incluidos en el Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG) que obtienen importantes reducciones arancelarias sin ningún tipo de contrapartida.

Con relación a los acuerdos bilaterales el sector denuncia el establecimiento de los mismos sin la evaluación previa de su impacto socioeconómico, por el perjuicio que para el sector regional tiene la reducción de la protección de los productos hortofrutícolas regionales frente al exterior. Situación que se ve agravada dado el incumplimiento de determinados acuerdos bilaterales por la falta de rigor en los controles aduaneros y que provoca la desestabilización de los mercados y crisis coyunturales de precios.

Para hacer frente a esta situación, las Organizaciones Agrarias murcianas demandan a la Administración Regional que: **a)** lleve a cabo un estrecho seguimiento de las negociaciones en marcha, mantenga informado en todo momento al sector y presione al Gobierno español para evitar que las frutas y hortalizas sean moneda de cambio de la UE para obtener ventajas en otros sectores, **b)** que no se concedan nuevas ventajas comerciales a terceros países sin que se elaboren y discutan con el sector afectado los estudios de impacto económico, **c)** dentro de las ayudas a las Asociaciones de OPs se contemple la financiación de observatorios de precios de entrada a la UE, de las condiciones del mercado en destino y de la producción en terceros países, y de las acciones legales frente a los incumplimientos de las condiciones establecidas en los acuerdos comerciales o actuaciones comerciales que provoquen alteraciones de la competencia por la vía del fraude, y **d)** exija un mayor control fitosanitario de los productos que entran en Europa, así como el cumplimiento de condiciones laborales que eviten el actual “dumping social” que provoca una competencia desleal.

Por último, indicar que la OCM de frutas y hortalizas transformadas prevé la concesión de una ayuda al **tomate** que se destine a la transformación. Esta ayuda

se paga a los transformadores que hayan comprado la materia prima a los productores a precios que no sean inferiores a unos precios mínimos. Con este fin se celebran contratos que vinculan, por un lado a las OP reconocidas y, por otro, a los transformadores, debiendo ser realizados antes del inicio de la campaña. En la Región de Murcia, en la campaña 2003-2004 esta ayuda ascendió a sólo 111.000 euros por la transformación de 4.436 Tm. En cambio, en España se beneficiaron de esta ayuda 1.710.734 Tm transformadas por un montante de 59.558.000 millones de euros.

3.- PRODUCCIÓN

3.1.- Hortalizas

La contribución de las hortalizas a la superficie de cultivo ha ido variando en función del tiempo y de la zona de cultivo. En el plano mundial, en el año 1999 la superficie de hortalizas representaba el 2,8% de las tierras de cultivo, mientras que 5 años después, en 2003, su contribución aumentó al 3,3%. Esta participación de las hortalizas en el total de las tierras de cultivo es menor en el ámbito de la Unión Europea (2,5% en 2003) y de España (2,0% en 2003), pero muy superior en la Región de Murcia. En esta Región, en el año 2003 la superficie destinada al cultivo de hortalizas supuso el 8,1% de las tierras de cultivo. Además, mientras que, en el periodo 1999/2003, en la Unión Europea y en España ha descendido su contribución en 0,1 y 0,2 puntos porcentuales, respectivamente, en la Región de Murcia la han incrementado en 0,8 puntos (Tabla 7).

Tabla 7. Evolución de la contribución de las hortalizas a la superficie de cultivo

Ámbito geográfico	1999			2003		
	(1) Cultivos Miles de Has.	(2) Hortalizas Miles de Has	% (2)/(1)	(1) Cultivos Miles de Has.	(2) Hortalizas Miles de Has	% (2)/(1)
Mundial	1.529.357	42.986	2,8	1.540.572	50.301	3,3
Unión Europea	85.472	2.250	2,6	84.550	2.117	2,5
España	18.328	408	2,2	18.715	383	2,0
Región de Murcia	606	44	7,3	606	49	8,1

Fuente: www.fao.org y Anuario Estadístico de la Región de Murcia (varios años).

3.1.1.- En el mundo

En el período 2000-2004 la producción mundial de hortalizas experimentó un crecimiento del 16,8% debido, principalmente, a un incremento de la superficie del 14,5% y, en menor medida, de los rendimientos (2,4%). Asia es el continente que más hortalizas produce (72,5%) y el que más ha incrementado su producción en el periodo analizado (20,9%). A continuación le sigue Europa, con una participación del 11,7%, América con el 9,3% y África con el 6,1%. Después de Asia, el mayor incremento de la producción corresponde a África (10,3%) mientras que el experimentado por Europa y América se sitúa en torno al 6% (Tabla 8).

El mayor productor de hortalizas es China, con casi la mitad de la producción mundial (48,4%), seguida a gran distancia de la India (9,2%), Estados Unidos (4,6%), Turquía (2,9%), Italia (1,9%), Rusia y Egipto, ambas con el 1,8%, y España que con el 1,5% comparte con Irán la octava posición. Los incrementos más significativos se han producido en países en vías de desarrollo, destacando Cuba

(71,9%), Marruecos (61,8%), Rumania (47,5%), China (28,8%), Argelia (26,5%) y Rusia (18,7%). En Europa el incremento de la producción se sitúa en el 6,2%, mientras que en Estados Unidos sólo ha crecido el 2,3% y en Japón ha descendido el 11,1%.

Tabla 8. Evolución de la superficie y la producción mundial de hortalizas

Ámbito geográfico	2000				2004				%Var.04/00	
	Has (x1000)	%	Tm (x1000)	%	Has (x1000)	%	Tm (x1000)	%	Has	Tm
Italia	609	1,4	16.585	2,2	600	1,2	16.522	1,9	-1,4	-0,4
España	400	0,9	12.463	1,7	386	0,7	13.003	1,5	-3,4	4,3
Francia	481	1,1	9.010	1,2	469	0,9	8.860	1,0	-2,5	-1,7
Polonia	317	0,7	6.060	0,8	264	0,5	5.459	0,6	-16,8	-9,9
P. Bajos	75	0,2	3.647	0,5	83	0,2	4.292	0,5	11,4	17,7
Alemania	110	0,2	3.984	0,5	137	0,3	4.205	0,5	24,7	5,6
Grecia	144	0,3	4.319	0,6	137	0,3	4.155	0,5	-5,1	-3,8
U.E.^(*)	2.158	4,8	58.497	7,8	2.587	5,0	68.562	7,8	19,9	17,2
Rusia	962	2,1	13.238	1,8	1.027.220	2,0	15.719	1,8	6,8	18,7
Ucrania	610	1,4	5.853	0,8	487	0,9	6.499	0,7	-20,2	11,0
Rumania	282	0,6	3.072	0,4	285	0,6	4.532	0,5	0,9	47,5
Europa	5.298	11,7	96.847	12,9	5.047	9,8	102.861	11,7	-4,7	6,2
China	17.348	38,5	328.816	43,9	21.968	42,5	423.407	48,4	26,6	28,8
India	5.464	12,1	72.284	9,6	7.109	13,8	80.528	9,2	30,1	11,4
Turquía	1.030	2,3	24.769	3,3	1.060	2,1	25.390	2,9	3,0	2,5
Irán	552	1,2	11.524	1,5	600	1,2	13.522	1,5	8,6	17,3
Corea	444	1,0	12.416	1,7	379	0,7	12.041	1,4	-14,7	-3,0
Japón	454	1,0	12.883	1,7	416	0,8	11.454	1,3	-8,3	-11,1
Asia	30.790	68,3	525.103	70,1	37.362	72,3	634.905	72,5	21,3	20,9
Egipto	604	1,3	15.177	2,0	591	1,1	16.005	1,8	-2,2	5,5
Nigeria	1.363	3,0	7.864	1,0	1.404	2,7	8.270	0,9	3,0	5,2
Marruecos	167	0,4	3.274	0,4	216	0,4	5.298	0,6	29,6	61,8
Argelia	229	0,5	2.576	0,3	280	0,5	3.258	0,4	22,1	26,5
Sudáfrica	133	0,3	2.172	0,3	123	0,2	2.375	0,3	-7,8	9,4
Túnez	128	0,3	2.075	0,3	137	0,3	2.340	0,3	6,8	12,8
África	4.926	10,9	48.111	6,4	5.095	9,9	53.089	6,1	3,4	10,3
EE.UU.	1.445	3,2	39.283	5,2	1.335	2,6	40.189	4,6	-7,6	2,3
México	601	1,3	9.560	1,3	606	1,2	10.164	1,2	0,8	6,3
Brasil	418	0,9	7.232	1,0	412	0,8	7.762	0,9	-1,3	7,3
Cuba	186	0,4	2.426	0,3	321	0,6	4.170	0,5	72,4	71,9
Argentina	181	0,4	3.063	0,4	185	0,4	3.194	0,4	2,4	4,3
Chile	103	0,2	2.580	0,3	107	0,2	2.751	0,3	4,0	6,6
Canadá	113	0,3	2.317	0,3	114	0,2	2.559	0,3	0,5	10,4
América	3.911	8,7	75.968	10,1	3.967	7,7	81.109	9,3	1,4	6,8
Australia	85	0,2	1.944	0,3	72	0,1	1.929	0,2	-15,3	-0,8
N. Zelanda	49	0,1	1.001	0,1	46	0,1	1.009	0,1	-5,3	0,8
Oceanía	187	0,4	3.507	0,5	174	0,3	3.532	0,4	-7,1	0,7
Mundo	45.112	100,0	749.536	100,0	51.645	100,0	875.496	100,0	14,5	16,8

Fuente: www.fao.org. (*) = Los datos de 2000 corresponden a la UE-15 y los de 2004 a la UE-25.

Aunque Asia es, con diferencia, el principal continente en la producción de hortalizas, sus rendimientos (17,0 Tm/Ha) están muy por debajo de los correspondientes a la Unión Europea (26,5 Tm/Ha). Entre los grandes productores, destaca la productividad de España (33,7 Tm/Ha), que tan sólo es superada por la de los Países Bajos (51,6 Tm/Ha). Los rendimientos de Estados Unidos (30,1%), Italia y Japón, ambos con 27,5 Tm/Ha, y Egipto (27,1 Tm/Ha) se sitúan por debajo de España pero por encima de Marruecos (24,5 Tm/Ha) y Turquía (23,9 Tm/Ha). Rendimientos mucho más bajos presentan los dos principales productores, China (19,3 Tm/Ha) y la India (11,3 Tm/Ha), así como Rumania (15,9 Tm/Ha) y Argelia (11,6 Tm/Ha).

3.1.2.- En la Unión Europea

Según los datos suministrados por la FAO (Tabla 9), en el período de 2002-2004 la superficie de hortalizas de los 25 países que en la actualidad integran la Unión Europea descendió el 3,8%, mientras que la producción sólo aumentó el 1,3%. Este pequeño incremento se debe al aumento de la producción de los antiguos 15 países de la UE (1,9%), ya que los recién incorporados han visto descendida su producción en el 2,9%.

Casi el 90% de la producción de hortalizas de la Unión Europea se obtiene en sus 15 países iniciales y más de la mitad en tres países de la cuenca mediterránea: Italia (24,1%), España (19,0%) y Francia (12,9%). Después de Francia, en cuarta posición aparece la recién incorporada Polonia con una aportación del 8,0% del total de hortalizas de la UE, lo que supone más del doble de la contribución de los últimos 10 países incorporados, entre los que también destaca Hungría con el 2,9%. La evolución de la producción ha sido muy dispar entre los países que conforman la UE. Así, mientras entre los principales productores, Italia, Francia y Polonia han tenido una tasa de crecimiento negativa, España y, sobre todo, los Países Bajos han crecido por encima de la media. Precisamente estos dos últimos países se encuentran entre los que presentan mayores rendimientos por hectárea, mientras que la mayoría de los últimos países incorporados, con la excepción de Chile, tienen unos rendimientos por debajo de la media de la Unión Europea (26,5 Kg/Ha).

Tabla 9. Evolución de la superficie y la producción de hortalizas en la Unión Europea

Ámbito geográfico	2000				2004				%Var.04/00	
	Has (x1000)	%	Tm (x1000)	%	Has (x1000)	%	Tm (x1000)	%	Has	Tm
Italia	609	22,7	16.585	24,5	600	23,2	16.522	24,1	-1,5	-0,4
España	400	14,9	12.463	18,4	386	14,9	13.003	19,0	-3,5	4,3
Francia	481	17,9	9.010	13,3	469	18,1	8.860	12,9	-2,5	-1,7
Polonia	317	11,8	6.060	9,0	264	10,2	5.459	8,0	-16,7	-9,9
Países Bajos	74	2,8	3.647	5,4	83	3,2	4.292	6,3	12,2	17,7
Alemania	110	4,1	3.984	5,9	137	5,3	4.205	6,1	24,5	5,5
Grecia	144	5,4	4.319	6,4	137	5,3	4.155	6,1	-4,9	-3,8
Reino Unido	141	5,2	2.960	4,4	118	4,6	2.634	3,8	-16,3	-11,0
Portugal	86	3,2	2.271	3,4	81	3,1	2.432	3,5	-5,8	7,1
Hungría	91	3,4	1.513	2,2	97	3,7	1.959	2,9	6,6	29,5
Bélgica	49	1,8	1.730	2,6	51	2,0	1.883	2,7	4,1	8,8
Austria	14	0,5	518	0,8	15	0,6	571	0,8	7,1	10,2
Lituania	23	0,9	331	0,5	22	0,9	348	0,5	-4,3	5,1
Suecia	17	0,6	269	0,4	20	0,8	336	0,5	17,6	24,9
Rep. Checa	34	1,3	472	0,7	20	0,8	330	0,5	-41,2	-30,1
Eslovaquia	37	1,4	403	0,6	26	1,0	329	0,5	-29,7	-18,4
Dinamarca	11	0,4	251	0,4	10	0,4	251	0,4	-9,1	0,0
Finlandia	14	0,5	248	0,4	12	0,5	237	0,3	-14,3	-4,4
Irlanda	7	0,3	226	0,3	6	0,2	223	0,3	-14,3	-1,3
Letonia	10	0,4	106	0,2	13	0,5	181	0,3	30,0	70,8
Chipre	4	0,1	139	0,2	4	0,2	153	0,2	0,0	10,1
Eslovenia	3	0,1	64	0,1	3	0,1	66	0,1	0,0	3,1
Estonia	6	0,2	62	0,1	7	0,3	61	0,1	16,7	-1,6
Malta	5	0,2	62	0,1	5	0,2	56	0,1	0,0	-9,7
Luxemburgo	1	0,0	16	0,0	1	0,0	16	0,0	0,0	0,0
U.E. (15)	2.158	80,3	58.497	86,4	2.126	82,2	59.620	87,0	-1,5	1,9
U.E. (10)	530	19,7	9.212	13,6	461	17,8	8.942	13,0	-13,0	-2,9
U.E. (25)	2.688	100,0	67.709	100,0	2.587	100,0	68.562	100,0	-3,8	1,3

Fuente: www.fao.org.

3.1.3.- En España y en la Región de Murcia

Más del 70% de la producción de hortalizas corresponde a cuatro Comunidades Autónomas: Andalucía, que en 2003 aportó el 39,0%, Murcia con el 13,1%, Extremadura con el 12,1% y Castilla-La Mancha con el 9,4% (Tabla 10). Estos datos hacen que Murcia sea la segunda provincia en producción de hortalizas tras Almería. En el periodo 2000-2003 la producción española de hortalizas aumentó el 3,0% debido a un comportamiento desigual de las Comunidades Autónomas. Así, mientras Murcia y Extremadura aumentaron su producción por encima del 15%, Castilla-La Mancha tan sólo la aumentó el 2,3% y en Andalucía permaneció casi constante. Además, estos incrementos de la producción se han conseguido o bien con descensos de la superficie, como ha sucedido en el conjunto de España (-10,8%), Castilla-La Mancha (-5,9%) y, sobre todo, Andalucía (-14,8%), o incrementos

inferiores al experimentado por la producción como ha sucedido en Murcia y Extremadura, lo que deja entrever incrementos de los rendimientos de mayor cuantía en las primeras Comunidades Autónomas en comparación a las segundas.

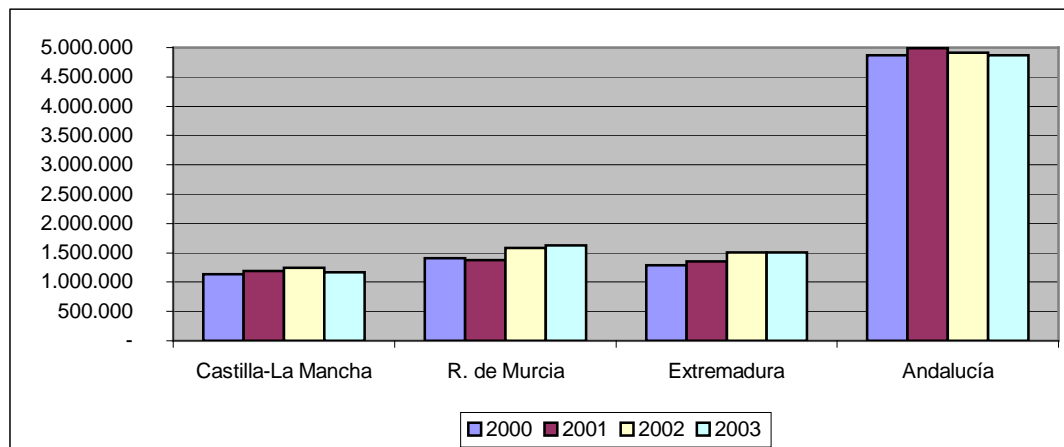
Tabla 10. Evolución de la superficie y la producción de hortalizas en España

CC.AA.	2000				2003				%Var.03/00	
	Has	%	Tm	%	Has	%	Tm	%	Has	Tm
Andalucía	130.539	31,9	4.867.209	40,3	111.195	30,5	4.863.891	39,0	-14,8	-0,1
Murcia	42.846	10,5	1.411.450	11,7	47.786	13,1	1.630.392	13,1	11,5	15,5
Extremadura	35.027	8,6	1.287.950	10,7	37.279	10,2	1.503.170	12,1	6,4	16,7
C-La Mancha	46.441	11,3	1.138.837	9,4	43.708	12,0	1.165.394	9,4	-5,9	2,3
Otras	154.479	37,7	3.385.001	28,0	124.990	34,2	3.294.643	26,4	-19,1	-2,7
España	409.332	100,0	2.090.447	100,0	364.958	100,0	12.457.490	100,0	-10,8	3,0

Fuente: MAPA (2001, 2005).

Como se observa en la Figura 2, la evolución del comportamiento de la producción de hortalizas en las principales regiones productoras se puede encuadrar en dos categorías. Murcia y Extremadura experimentan crecimientos, mientras que en Andalucía y Castilla-La Mancha aparece estabilizada.

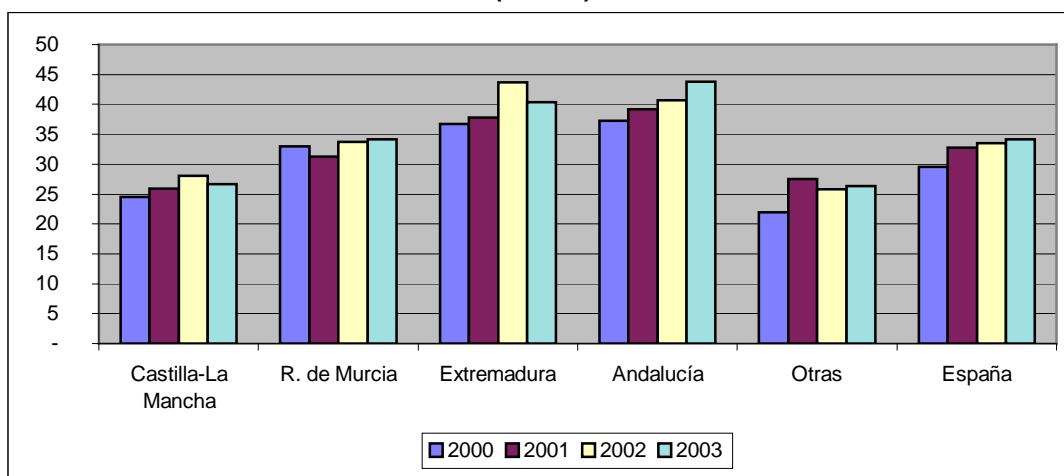
Figura 2. Evolución de la producción de hortalizas en las principales CC.AA. (Tm)



Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

En cuanto a los rendimientos obtenidos, cabe señalar que la Región de Murcia presenta rendimientos similares a la media nacional, siendo superiores a los de Castilla-La Mancha, pero inferiores a los de Extremadura y, sobre todo, a los de Andalucía. Por otra parte, se observa que mientras en España y en la Región de Murcia el incremento de los rendimientos ha sido muy ligero hasta situarse en torno a los 34 Tm/Ha, en Extremadura y Andalucía se han producido incrementos mayores, hasta alcanzar las 40,3 Tm/Ha la primera y 43,7 Tm/Ha la segunda (Figura 3).

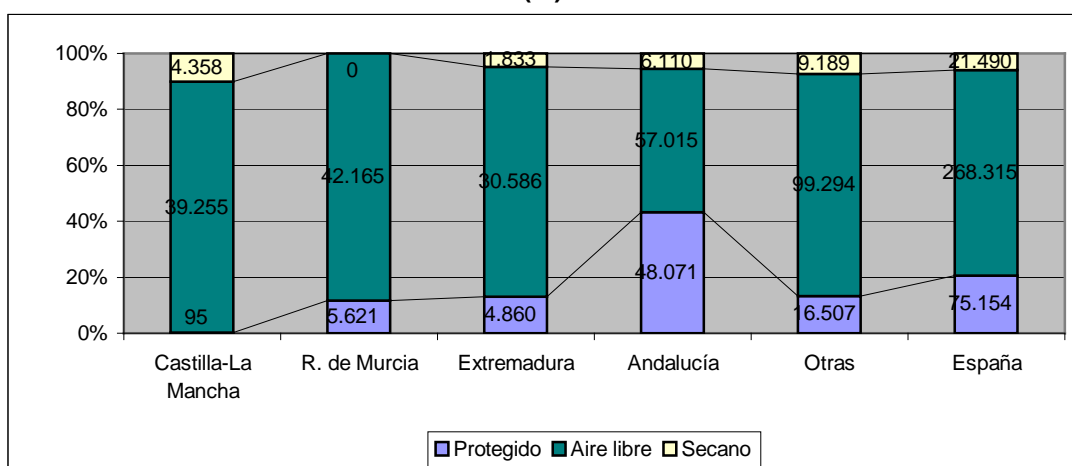
Figura 3. Evolución de los rendimientos de hortalizas en las principales CC.AA. (Tm/Ha)



Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

Los resultados que acabamos de exponer con relación a los rendimientos vienen explicados, en parte, por la distribución de la superficie de cultivo entre secano, regadío al aire libre y regadío protegido. Como se observa en la Figura 4, en España en torno al 6% de las hortalizas se cultivan en secano, el 20% en regadío protegido y el restante 74% en regadío al aire libre. El porcentaje de cultivo en secano es mayor en Castilla-La Mancha (10,0%), mientras que en Murcia todas las hortalizas se cultivan en regadío. En cuanto al cultivo protegido, la mayor participación se da en Extremadura (13,0%) y, sobre todo, en Andalucía (43,2%).

Figura 4. Distribución de la superficie de hortalizas por modalidad de cultivo en 2003 (%)



Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

Por la importancia que el cultivo de hortalizas en invernadero tiene en el cultivo protegido, a continuación se analiza en mayor profundidad esta modalidad de cultivo.

3.1.4.- Producción de hortalizas en invernadero

La necesidad de disponer de frutas y verduras frescas todo el año, y las exigencias actuales de calidad de los mercados, han hecho que aumente la producción de hortalizas en invernaderos. Con la intensificación se logra incrementar los rendimientos, controlar mejor los ciclos y los factores de producción, y satisfacer una demanda cada vez más exigente. Todo ello es posible si se incorporan nuevas tecnologías, y la Región de Murcia está en primera línea, en el plano nacional, tanto en el desarrollo de innovaciones como en su adopción por los agricultores. Con la adopción de las mejoras tecnológicas se optimizan los factores de producción y los recursos naturales, y es posible atenuar, en parte, determinados inconvenientes, como los derivados de la falta o mala calidad del agua de riego, o problemas como la fatiga de los suelos. En los cultivos intensivos, además de la rentabilidad económica, es más fácil obtener una producción de calidad, en la que cualidades organolépticas, sanidad del producto, seguridad de los trabajadores y respeto al medio ambiente, se consigan al unísono.

Entre las parcelas al aire libre y las más intensivas, existen varios niveles intermedios de protección de las plantas en campo, que van, desde los sencillos acolchados y túneles bajos, hasta los modernos y a veces muy tecnificados invernaderos. Todos estos sistemas de cultivo tratan de modificar el microclima de la planta y, en definitiva, aumentar la producción y la calidad, así como variar el calendario de recolección respecto al ciclo natural de cada zona productora. En las estadísticas oficiales todas estas modalidades de cultivo se recogen bajo la denominación "cultivos protegidos". Por el contrario, apenas existen datos específicos sobre la proporción de cultivo protegido que corresponda específicamente a los invernaderos, con lo que la interpretación de la información disponible habrá que hacerla con prudencia y para cada caso.

Dada la importancia de los invernaderos en la Región de Murcia, especialmente por el aporte que realizan en las cuentas finales de la producción agraria de la Región, se van a revisar las principales características de la producción intensiva en general, y de las hortalizas murcianas que se cultivan en invernadero en particular, analizándose con detalle las dos especies mayoritarias, que son tomate y pimiento.

3.1.4.1.- Principales cultivos hortícolas producidos en invernadero

Según los datos oficiales del Anuario Estadístico del MAPA, durante los años 2000-2003, entre el 18 y 23% de la superficie total de hortalizas españolas seguía alguna modalidad de cultivo protegido (Tabla 11). Entre especies hay una gran diferencia, ya que mientras que cebollas, coles o lechugas se producen prácticamente todo al aire libre, otras como fresón o espárragos alternan el aire libre con distintos tipos de acolchados.

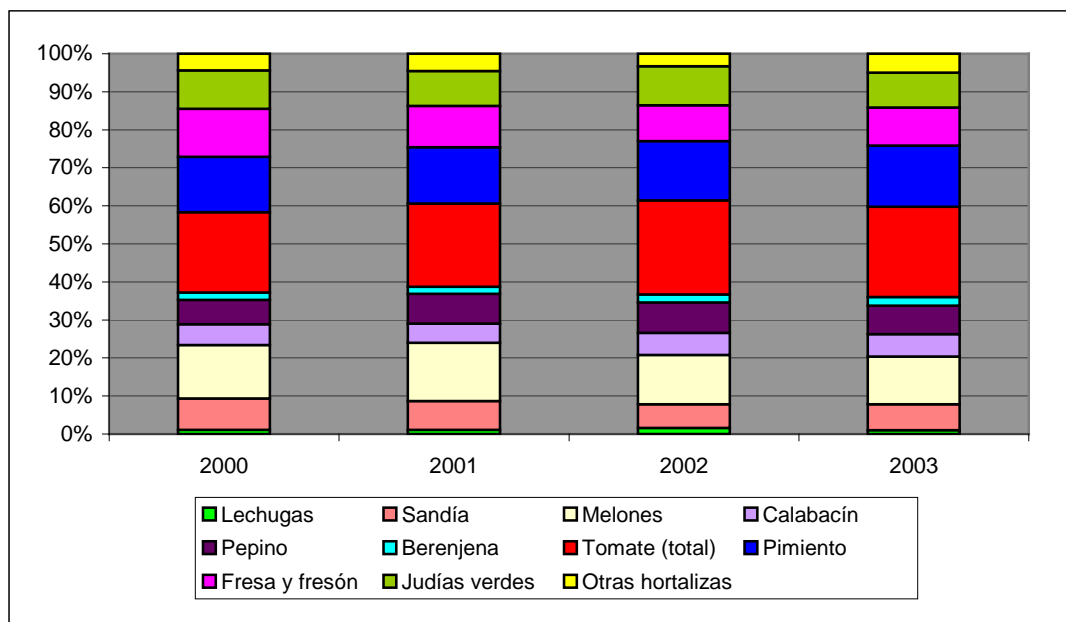
En el caso del tomate y del pimiento para consumo en fresco, la mayor parte de la producción comercial procede de invernaderos, bien con cubierta de malla o bien de plástico. Respecto al tomate, a pesar de que gran parte de la producción se destina a la industria (y por lo tanto se cultiva al aire libre), en 2003 el 28% de la superficie total era cultivo protegido, cifra que se eleva al 54% en el pimiento, que junto al pepino, calabacín y berenjena, son las especies más cultivadas en los invernaderos españoles.

Tabla 11. Evolución de la superficie de cultivo protegido en las principales hortalizas españolas (Tm)

Cultivos	2000			2001			2002			2003		
	Superf. protegida	Superf. total	% proteg.	Superf. protegida	Superf. total	% proteg.	Superf. protegida	Superf. total	% proteg.	Superf. protegida	Superf. total	% proteg.
Espárrago	2.627	15.715	17	2.709	15.211	18	1.316	14.931	9	2.683	14.464	19
Lechugas	814	36.749	2	807	36.694	2	1.170	37.133	3	784	37.705	2
Sandía	6.201	18.310	34	5.679	17.658	32	4.693	15.677	30	5.116	16.022	32
Melón (total)	10.564	41.627	25	11.423	40.192	28	9.732	39.156	25	9.461	38.873	24
Calabacín	4.120	6.248	66	3.782	5.547	68	4.366	6.215	70	4.452	6.345	70
Pepino	4.808	6.594	73	5.852	7.757	75	6.012	7.450	81	5.676	6.852	83
Berenjena	1.454	4.071	36	1.381	3.729	37	1.553	3.691	42	1.707	3.876	44
Tomate (total)	15.844	62.285	25	16.423	63.030	26	18.564	59.266	31	17.938	62.973	28
Pimiento	10.966	23.204	47	11.070	22.786	49	11.660	22.964	51	12.187	22.388	54
Fresa	9.444	11.055	85	8.100	9.775	83	7.061	8.904	79	7.541	9.145	82
Cebollas	5	21.894	0	5	21.128	0	5	21.498	0	30	21.324	0
Judías	7.585	20.134	38	6.870	19.269	36	7.750	19.478	40	6.961	17.329	40
Champiñón	6.262	10.665	100	7.233	11.486	100	7.565	11.141	100	7.383	10.728	100
Otras	66.049	217.138	100	65.821	215.130	100	68.846	209.726	100	68.068	210.811	100
Total	75.120	408.848	18	74.776	323.818	23	75.008	402.861	19	75.544	396.866	19

Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005). En www.mapa.es.

En 2003 había en España 75.544 hectáreas de hortalizas en cultivo protegido, de las cuales 17.938 ha (23,7%) eran de tomate, y 12.187 (16%) de pimiento. En la Figura 5 se observa la proporción de las principales especies hortícolas en cultivo protegido, respecto a la superficie total cultivada, entre los años 2000 y 2003.

Figura 5. Proporción de hortalizas españolas en cultivo protegido

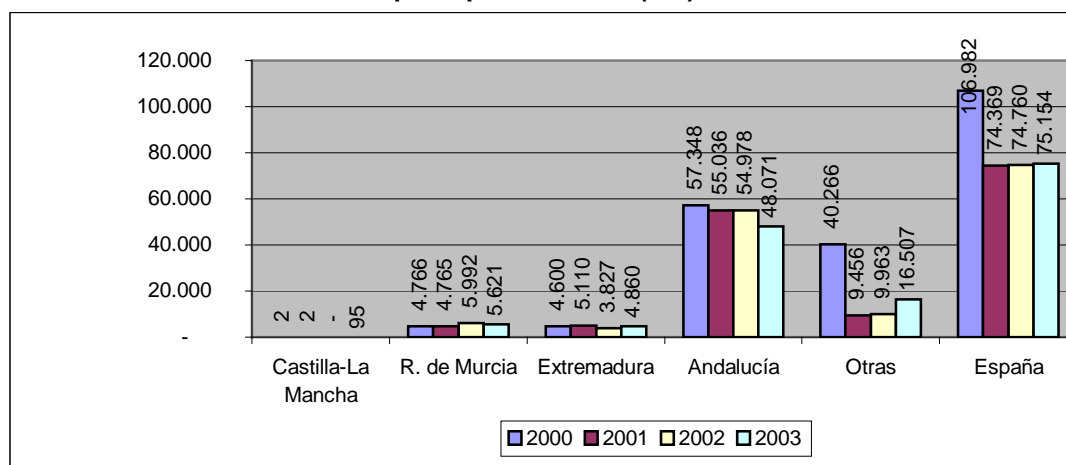
Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005). En www.mapa.es.

3.1.4.2.- Principales zonas productoras de hortalizas en invernadero

La superficie mundial cubierta por invernaderos ha tenido un fuerte incremento desde 1980, estimándose que hay unas 450.000 hectáreas. Después de Asia, la segunda zona mundial en importancia es la cuenca mediterránea, con el 30% del total cubierto. España es el país mediterráneo con mayor extensión seguido por Italia, Turquía, Marruecos y Francia.

En cuanto a la evolución de la superficie de cultivo protegido en España, se observa que en los años 2001, 2002 y 2003 estuvo estabilizada en torno a las 75.000 Has, mientras que en el año 2000 fue de 106.982 Has. La mayor contribución a esta superficie la realiza Andalucía, Comunidad cuya superficie ha ido descendiendo desde las 57.348 Has de 2000 a las 48.071 de 2003. En la Región de Murcia la mayor superficie se alcanzó en el año 2002, con 5.982 Has, mientras que un año después descendió a 5.621 Has, lo que supone el 7,5% de la nacional (Figura 6).

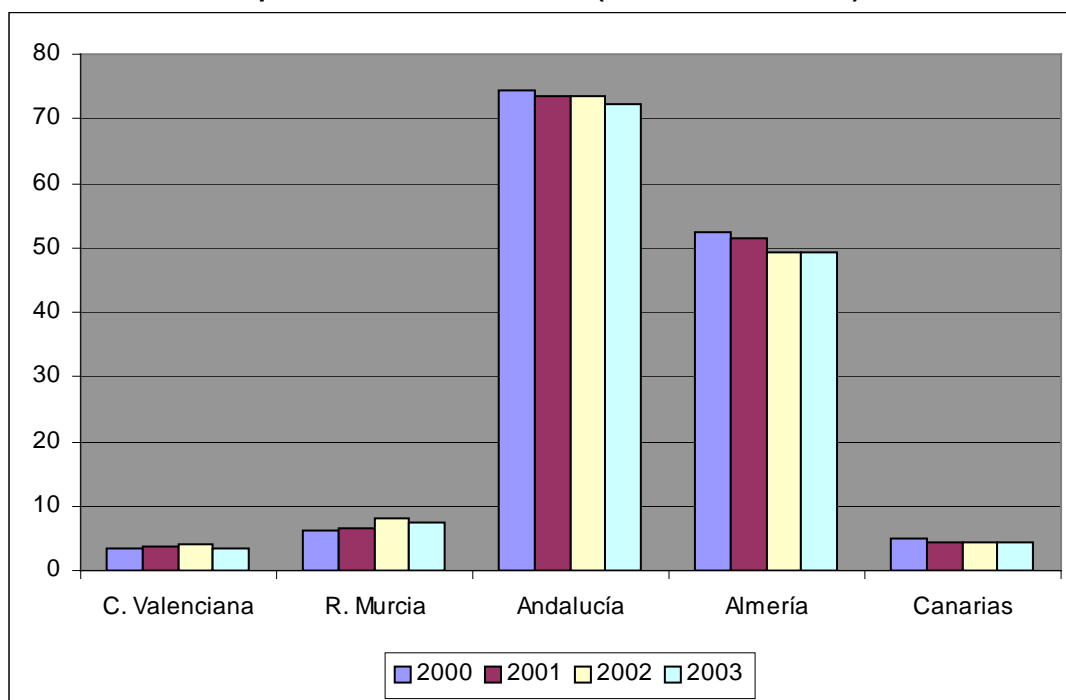
Figura 6. Evolución de la superficie de hortalizas en cultivo protegido en las principales CC.AA. (Tm)



Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

Los datos de 2003 indican que Andalucía representa el 73% de la superficie de hortalizas protegidas (básicamente centralizadas en el poniente almeriense). La Región de Murcia es la segunda CCAA en superficie protegida (7,5% del total nacional), seguida de Canarias (4,3%) y la Comunidad Valenciana (3,4%). La superficie protegida por CCAA prácticamente se ha mantenido en los últimos años, con un leve descenso en Andalucía, y un leve incremento en Murcia (Figura 7).

Figura 7. Evolución de la superficie de hortalizas protegidas en las principales zonas españolas con invernaderos (% del total nacional)



Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

3.1.4.3.- Evolución tecnológica de los invernaderos mediterráneos

Los invernaderos se comenzaron a difundir hace 30 años con el abaratamiento de los plásticos, siendo el primer modelo que se extendió mayoritariamente el tipo *parra*, formado por una estructura prácticamente plana, de bajo coste, a base de pilares de madera. Aunque este tipo sigue siendo el más característico del mediterráneo español, se está produciendo una gran modernización de las estructuras dirigida a incorporar las nuevas tecnologías en las explotaciones hortícolas. En principio, la reconversión de los invernaderos tenían como objetivo prioritario rentabilizar la inversión utilizando elementos más duraderos, como el hierro galvanizado, y elevar el rendimiento de los cultivos. En este sentido parece fundamental aumentar la altura de las estructuras, ya que el mayor volumen de aire permite una mejor regulación climática.

Actualmente son muchos los “paquetes tecnológicos” que pueden identificarse en las zona productoras, por lo que ya no se puede pensar en un solo tipo de invernadero mediterráneo. Por ejemplo, la fabricación actual de plásticos permite elegir una cubierta a medida de cada usuario, lo mismo pasa en el campo de los sustratos para hidroponía, siendo especialmente notables las mejoras realizadas en los equipos de fertirrigación y de control climático. Hoy día, la industria ha desarrollado un gran número de automatismos con los que se reduce la intervención manual en tratamientos fitosanitarios, apertura o cierre de ventanas y pantallas, o control de riegos y abonados, por lo que se optimiza el uso de los insumos y es más fácil alcanzar el máximo biológico de los cultivos. Estos invernaderos más modernos pueden considerarse verdaderas fábricas de producción vegetal, en los que también es más fácil controlar los impactos ambientales que se originaban tradicionalmente en los cultivos intensivos, una cuestión trascendental para garantizar la viabilidad de esta forma de producción a medio o largo plazo.

3.1.4.4.- La producción en invernadero en la Región de Murcia

La agricultura intensiva de la Región de Murcia es pionera a nivel nacional en cuanto al desarrollo e implantación de tecnologías. A las grandes obras, como la modernización de los regadíos o la construcción de desalinizadoras, que afectan a toda la agricultura regional, se une una larga tradición y experiencia del agricultor de la huerta, que ha alcanzado un alto grado de especialización y saber hacer, gracias a lo cual la horticultura de la Región es tan dinámica y competitiva. Dadas las condiciones climatológicas y la aridez de esta zona productora, hoy día puede hablarse de un “modelo español de tecnología de invernaderos”, que es

extrapolable a las principales zonas de invernaderos del mundo, muchas de las cuales comparten características agroclimáticas con el mediterráneo español.

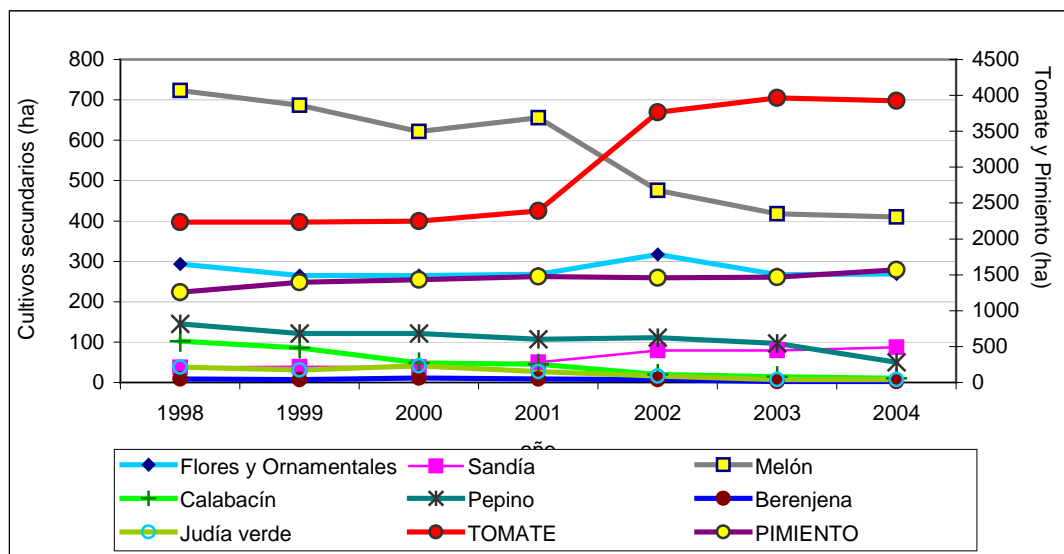
Según el Centro Regional de Estadísticas de la Región de Murcia, en 2003 había en Murcia 6.469 Has de invernadero, de ellas el 95,8% eran de hortalizas. Los principales municipios en los que se centra la producción intensiva son: Águilas (33,2% de la superficie total), Mazarrón (25,1%), Torre Pacheco (12,4%) y Lorca (10,6%) (Tabla 12).

Tabla 12. Superficie de invernaderos en la Región de Murcia por municipios (Has)

Municipios	Sup. total invernaderos	Flores	Hortalizas	Otros productos
Águilas	2.147	2	2.145	0
Alhama de Murcia	33	13	20	0
Cartagena	121	15	106	0
Lorca	687	37	650	0
Mazarrón	1.624	2	1.622	0
Murcia	9	7	0	2
Puerto-Lumbreras	58	46	12	0
San Javier	598	16	582	0
San Pedro del Pinatar	157	3	154	0
Torre-Pacheco	804	10	794	0
Totana	27	19	8	0
Otros municipios	204	97	107	0
Total Región de Murcia	6.469	267	6.200	2

Fuente: Centro Regional de Estadística de la Región de Murcia (Datos del 2003).

Respecto a los cultivos principales en invernaderos de Murcia en 2004 (Figura 8), sobresalen el tomate con 3.923 Has (que tuvo un fuerte incremento de la superficie cubierta entre los años 2001 y 2002), y el pimiento, con 1.568 Has, que también sigue una tendencia creciente en su superficie cubierta. El resto de cultivos, minoritarios respecto a tomate y pimiento, son el melón, flores y ornamentales, pepino y calabacín, que en los últimos años han reducido su superficie protegida, y también la sandía, que sí está incrementando su presencia en los invernaderos.

Figura 8. Evolución de la superficie de cultivos en invernadero en la Región de Murcia

Fuente. Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. En www.carm.es.

Los datos del MAPA para la Región de Murcia informan de la evolución de superficie protegida respecto a la superficie total cultivada, y de los rendimientos medios (Tabla 13). Entre los años 1999 y 2003, pepino, calabacín, berenjenas y judías verdes han elevado su proporción de superficie cubierta, si bien han rebajado su superficie total cultivada. El tomate y el pimiento han crecido tanto en número de hectáreas cultivadas como su proporción en cultivo protegido, que supera el 65% para tomate y el 86% para pimiento. Respecto a los rendimientos destacan los incrementos medios de melón en general, y del pimiento y el tomate en cultivo protegido.

Tabla 13. Evolución de la superficie protegida y de los rendimientos de las principales hortalizas cultivadas en la Región de Murcia

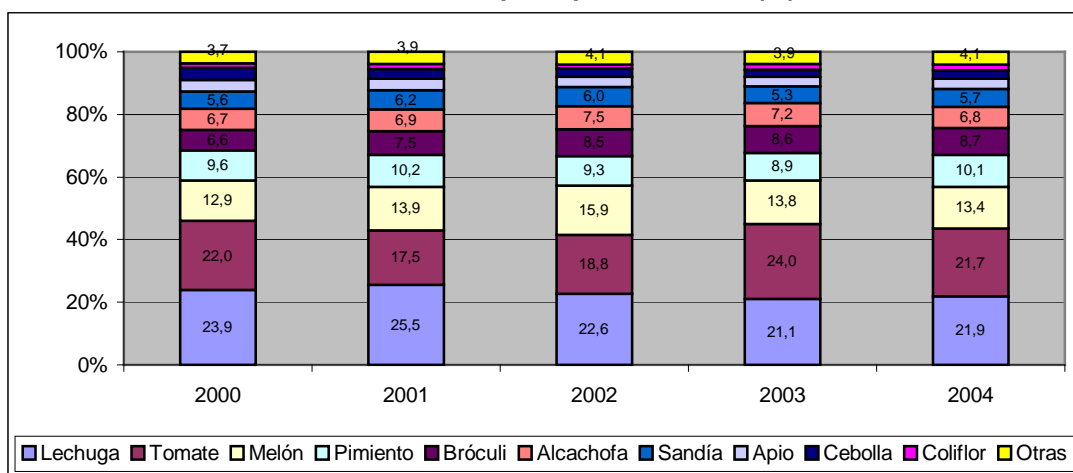
Hortalizas	1999					2003				
	Superficie (Has)			Rendimiento (Kg/Ha)		Superficie (Has)			Rendimiento (Kg/Ha)	
	Protegida	Total	%	Protegida	Total	Protegida	Total	%	Protegida	Total
Sandía	39	1.089	3,6	92.000	78.300	70	1.555	4,5	70.000	60.000
Melón	687	5.482	12,5	73.700	32.220	450	6.330	7,1	60.000	37.000
Pepino	121	203	59,6	78.000	24.500	105	135	77,8	77.000	23.600
Calabacín	86	197	43,7	39.090	23.110	n/d	100	n/d	n/d	22.700
Berenjenas	7	98	7,1	70.000	22.180	46	46	100,0	7.600	n/d
Tomate (Total)	2.234	4.679	47,7	87.420	54.660	3.363	5.163	65,1	88.000	30.000
Pimiento (Total)	1.395	1.653	84,4	95.110	28.750	1.560	1.810	86,2	97.000	30.500
Judías verdes	31	157	19,7	24.660	14.410	27	57	47,4	15.200	10.300

Fuente: www.mapa.es. Anuarios Estadísticos de Agricultura. n/d no disponible.

3.1.5.- Principales hortalizas producidas en la Región de Murcia

Aunque en la Región de Murcia se cultivan más de treinta especies de hortalizas, la mayor parte de la producción se concentra en un reducido número. Así, en el año 2004, las 10 hortalizas más importantes aportaron en torno al 96% de la producción, cifra que ha permanecido casi invariable a lo largo del período 2000-2004. Asimismo, se observa que las dos que más contribuyen a la producción, casi por igual, lechuga y tomate, aportaron más del 40%, y junto a las dos siguientes, melón (13,4%) y pimiento (10,1%), suponen alrededor del 67% de la producción (Figura 9).

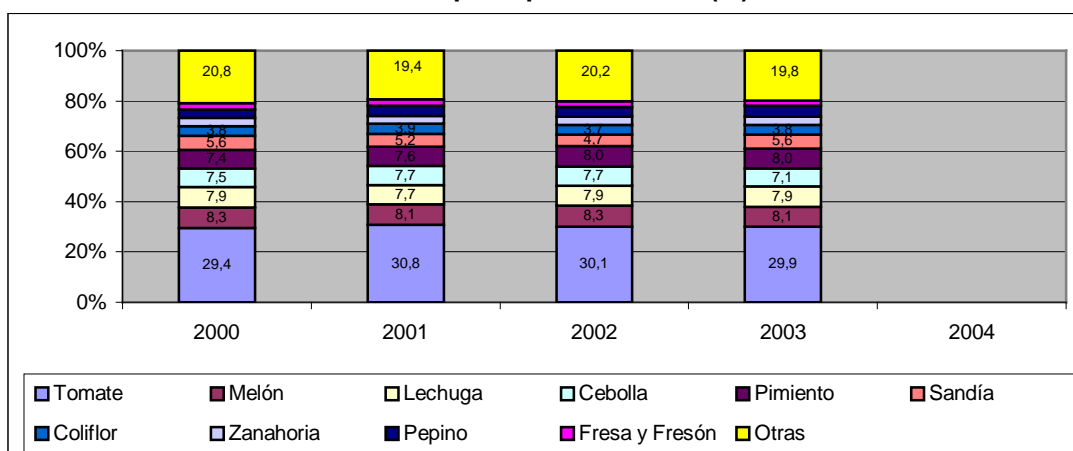
Figura 9. Evolución de la distribución de la producción de hortalizas en la Región de Murcia entre los principales cultivos (%)



Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

La concentración que presenta la producción murciana de hortalizas en un menor número de ellas es superior a la media nacional y a la de Andalucía. En España las 10 más importantes representan en torno al 80%, las dos más importantes casi el 40% (el tomate aporta el 30% y el melón el 8%), y junto a la lechuga (7,9%) y la Cebolla (7,1%) representan el 53% (Figura 10).

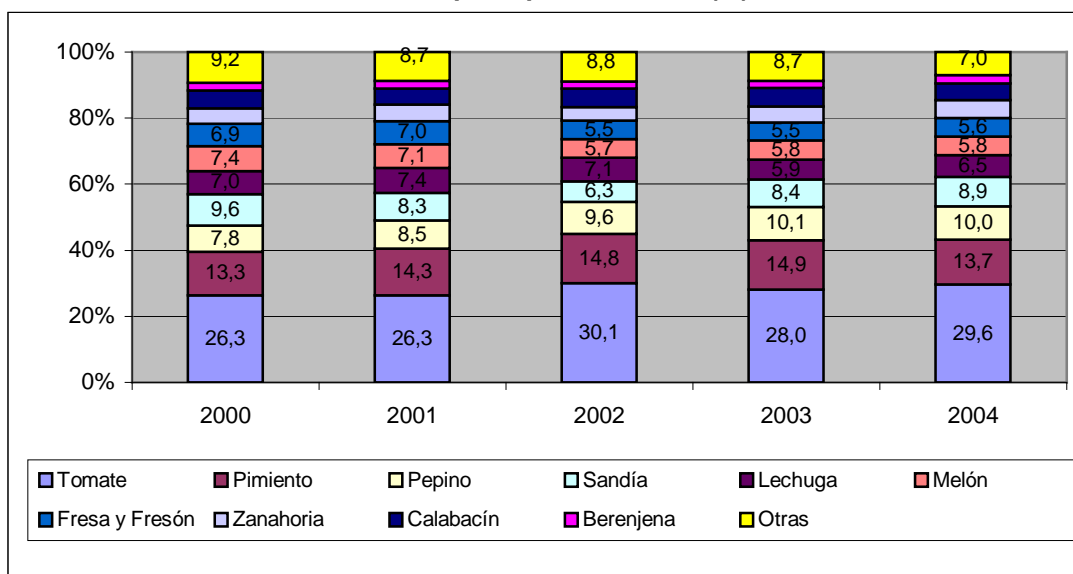
Figura 10. Evolución de la distribución de la producción de hortalizas en España entre los principales cultivos (%)



Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

De forma similar, en Andalucía las 10 principales aportan casi el 90%, las dos más importantes casi el 45% (el tomate con el 29,6% y el pimiento con el 13,7%) y unidas al pepino (10,0%) y la sandía (8,9%) el 62,2% (Figura 11).

Figura 11. Evolución de la distribución de la producción de hortalizas en Andalucía entre los principales cultivos (%)



Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

A continuación se analiza la problemática productiva de las cuatro hortalizas más importantes en la Región de Murcia, la lechuga y el melón, cuyo cultivo se realiza al aire libre, y el tomate y el pimiento en el que predomina el cultivo bajo invernadero.

3.2.- Lechuga

La importancia de la contribución de la lechuga a la superficie de cultivo ha ido variando en función de la zona de cultivo. En el plano mundial, en el periodo 2000-2004 ha permanecido casi constante, en torno al 2%, y en la Unión Europea descendió más de un punto porcentual, hasta representar el 5,3% de la superficie de cultivo en 2004. En cambio, en España la participación de las lechugas ha experimentado una evolución positiva que les ha llevado a ocupar, en 2004, el 9,7% de la superficie de cultivo, casi el doble de la contribución que ofrecen en la U.E. Pero, es en la Región de Murcia donde las lechugas contribuyen con el mayor porcentaje a la superficie de cultivo, 27,4% en 2004, casi el triple que en España, aunque inferior al de cinco años antes (Tabla 14).

Tabla 14. Evolución de la contribución de la lechuga a la superficie cultivada de hortalizas (%)

Ámbito geográfico	2000			2004		
	(1) Hortalizas Has	(2) Lechugas Has	% (2)/(1)	(1) Hortalizas Has	(2) Lechugas Has	% (2)/(1)
Mundial	45.112.883	839.547	1,9	51.645.275	1.020.842	2,0
Unión Europea	2.158.593	138.153	6,4	2.587.116	135.906	5,3
España	399.914	36.749	9,2	386.229	37.500	9,7
Región de Murcia	43.824	12.844	29,3	48.947	13.407	27,4

Fuente: www.fao.org y Anuario Estadístico de la Región de Murcia (varios años).

3.2.1.- En el mundo

En el período 2000-2004 la producción mundial de lechuga aumentó el 20,4% debido a un incremento de la superficie del 21,6%, mientras que el rendimiento permaneció constante. Asia es el continente que más lechugas produce, más de la mitad (57,7%), y el que más ha incrementado su producción en el periodo analizado (34,3%). A continuación le sigue América, con una participación del 25,2% y Europa con el 15,2%. Después de Asia, el mayor incremento de la producción corresponde a América (25,2%), mientras que Europa descendió su producción el 1,3% y África el 9,4% (Tabla 15).

Tabla 15. Evolución de la superficie y la producción mundial de lechuga

Ámbito geográfico	2000				2004				%Var.04/00	
	Has	%	Tm	%	Has	%	Tm	%	Has	Tm
Italia	51.226	6,1	968.833	5,3	49.162	4,8	986.734	4,5	-4,0	1,8
España	36.749	4,4	1.014.592	5,6	37.500	3,7	967.100	4,4	2,0	-4,7
Francia	18.142	2,2	508.874	2,8	17.237	1,7	462.917	2,1	-5,0	-9,0
Alemania	7.313	0,9	174.179	1,0	8.300	0,8	220.000	1,0	13,5	26,3
R. Unido	6.900	0,8	154.500	0,8	5.510	0,5	136.400	0,6	-20,1	-11,7
Portugal	4.400	0,5	95.000	0,5	4.400	0,4	95.000	0,4	0,0	0,0
U.E. (*)	138.153	16,5	3.272.758	17,9	135.906	13,3	3.227.623	14,7	-1,6	-1,4
Bulgaria	900	0,1	6.000	0,0	1.569	0,2	30.264	0,1	74,3	404,4
Croacia	2.725	0,3	16.704	0,1	3.300	0,3	20.000	0,1	21,1	19,7
Europa	147.985	17,6	3.378.959	18,5	143.725	14,1	3.333.728	15,2	-2,9	-1,3
China	330.250	39,3	7.255.000	39,7	500.250	49,0	10.505.000	47,7	51,5	44,8
India	120.000	14,3	785.000	4,3	120.000	11,8	790.000	3,6	0,0	0,6
Japón	22.000	2,6	537.200	2,9	22.000	2,2	508.700	2,3	0,0	-5,3
Turquía	17.500	2,1	333.000	1,8	19.000	1,9	362.000	1,6	8,6	8,7
Asia	520.963	62,1	9.448.256	51,7	689.365	67,5	12.690.739	57,7	32,3	34,3
Egipto	6.072	0,7	174.588	1,0	5.704	0,6	136.008	0,6	-6,1	-22,1
Níger	4.500	0,5	42.033	0,2	4.400	0,4	40.000	0,2	-2,2	-4,8
Sudáfrica	2.200	0,3	30.701	0,2	2.200	0,2	31.717	0,1	0,0	3,3
Túnez	630	0,1	14.000	0,1	1.100	0,1	27.000	0,1	74,6	92,9
África	15.412	1,8	293.095	1,6	15.194	1,5	265.426	1,2	-1,4	-9,4
EE.UU.	116.960	13,9	4.452.400	24,4	131.280	12,9	4.976.880	22,6	12,2	11,8
México	9.350	1,1	191.542	1,0	11.290	1,1	243.406	1,1	20,7	27,1
Chile	6.103	0,7	84.000	0,5	6.500	0,6	89.000	0,4	6,5	6,0
Canadá	3.298	0,4	62.858	0,3	3.242	0,3	76.959	0,3	-1,7	22,4
América	148.416	17,7	4.964.547	27,2	165.077	16,2	5.552.390	25,2	11,2	11,8
Australia	5.170	0,6	151.946	0,8	6.121	0,6	127.228	0,6	18,4	-16,3
N. Zelanda	1.541	0,2	36.500	0,2	1.300	0,1	31.000	0,1	-15,6	-15,1
Oceanía	6.771	0,8	189.346	1,0	7.481	0,7	159.098	0,7	10,5	-16,0
Mundo	839.547	100,0	18.274.203	100,0	1.020.842	100,0	22.001.381	100,0	21,6	20,4

Fuente: www.fao.org. (*) = Los datos de 2000 corresponden a la UE-15 y los de 2004 a la UE-25.

El mayor productor de lechugas es China, con casi la mitad de la producción mundial (47,7%), seguida a gran distancia de Estados Unidos (22,6%) e Italia (4,5%). España ocupa la cuarta posición con el 4,4% de la producción, y precede a la India (3,6%), Japón (2,3%), Francia (2,1%), Turquía (1,6%) y México (1,1%). La mayoría de estos países han incrementado su producción en el periodo 2000-2004, destacando la evolución de China, con un incremento del 44,8%, Estados Unidos (11,8%) y Turquía (8,7%). En cambio la de Francia, Japón y España descendió el 9,0%, 5,3% y 4,7%, respectivamente.

Aunque Asia es, con diferencia, el principal continente en la producción de lechugas, sus rendimientos (17,5 Tm/Ha) son inferiores a los obtenidos en Europa (23,2 Tm/Ha) y casi son duplicados por los de América (33,6 Tm/Ha). Entre los grandes productores, destaca la productividad de España (25,8 Tm/Ha) que, aunque

descendió respecto al año 2000, tan sólo es superada por la de Estados Unidos (37,9 Tm/Ha) y Francia (26,9 Tm/Ha). Los rendimientos de Japón (23,1 Tm/Ha) también se sitúan por encima de la media mundial (21,6 Tm/Ha), mientras que los de China (21 Tm/Ha), Italia (20,1 Tm/Ha), Turquía (19,1 Tm/Ha) y, sobre todo, los de India (6,6 Tm/Ha) están por debajo.

3.2.2.- En la Unión Europea

En el período de 2000-2004 la superficie de lechugas de los 25 países de la Unión Europea descendió el 2,8%, mientras que la producción lo hizo en el 2,3%, lo que deja entrever una estabilidad de los rendimientos (Tabla 16).

Tabla 16. Evolución de la superficie y la producción de lechugas en la Unión Europea

Ámbito geográfico	2000				2004				%Var.04/00	
	Has	%	Tm	%	Has	%	Tm	%	Has	Tm
Italia	51.226	36,6	968.833	29,3	49.162	36,2	986.734	30,6	-4,0	1,8
España	36.749	26,3	1.014.592	30,7	37.500	27,6	967.100	30,0	2,0	-4,7
Francia	18.142	13,0	508.874	15,4	17.237	12,7	462.917	14,3	-5,0	-9,0
Alemania	7.313	5,2	174.179	5,3	8.300	6,1	220.000	6,8	13,5	26,3
Reino Unido	6.900	4,9	154.500	4,7	5.510	4,1	136.400	4,2	-20,1	-11,7
Portugal	4.400	3,1	95.000	2,9	4.400	3,2	95.000	2,9	0,0	0,0
Bélgica	3.830	2,7	93.300	2,8	3.500	2,6	86.135	2,7	-8,6	-7,7
Grecia	4.500	3,2	88.000	2,7	4.050	3,0	79.500	2,5	-10,0	-9,7
Países Bajos	2.000	1,4	77.000	2,3	2.000	1,5	73.000	2,3	0,0	-5,2
Austria	1.559	1,1	60.501	1,8	1.537	1,1	53.989	1,7	-1,4	-10,8
Suecia	898	0,6	18.700	0,6	926	0,7	23.300	0,7	3,1	24,6
Dinamarca	278	0,2	9.764	0,3	400	0,3	13.000	0,4	43,9	33,1
Hungría	329	0,2	12.433	0,4	350	0,3	10.000	0,3	6,4	-19,6
Eslovenia	318	0,2	6.894	0,2	353	0,3	7.368	0,2	11,0	6,9
Irlanda	350	0,3	9.200	0,3	153	0,1	5.500	0,2	-56,3	-40,2
Rep. Checa	500	0,4	4.500	0,1	227	0,2	4.500	0,1	-54,6	0,0
Eslovaquia	504	0,4	4.829	0,1	236	0,2	2.035	0,1	-53,2	-57,9
Chipre	58	0,0	1.000	0,0	60	0,0	1.000	0,0	3,4	0,0
Luxemburgo	8	0,0	315	0,0	5	0,0	145	0,0	-37,5	-54,0
U.E. (15)	138.153	98,8	3.272.758	99,1	134.680	99,1	3.202.720	99,2	-2,5	-2,1
U.E. (10)	1709	1,2	29656	0,9	1226	0,9	24903	0,8	-28,3	-16,0
U.E. (25)	139.862	100,0	3.302.414	100,0	135.906	100,0	3.227.623	100,0	-2,8	-2,3

Fuente: www.fao.org.

Casi la totalidad (99,2%) de la producción de lechugas de la Unión Europea se obtiene en sus 15 países iniciales y más del 75% en tres países de la cuenca mediterránea: Italia (30,6%), España (30,0%) y Francia (14,3%). De los últimos 10 países incorporados, el principal productor es Hungría, aunque tan sólo aporta el 0,3% y experimentó un descenso del 19,6% entre 2000 y 2004. En este período la mayoría

de los países descendieron su producción, España en un 4,7% y Francia el 9,0%, mientras que Italia la aumentó el 1,8% y Alemania el 26,3%. En cuanto a los rendimientos obtenidos, Francia con 26,5 Tm/Ha y Alemania con 26,5 Tm/Ha superan a la media de la Unión Europea, mientras que España con 25,8 Tm/Ha la iguala e Italia con 20,1 Tm/Ha se sitúa por debajo.

3.2.3.- En España y en la Región de Murcia

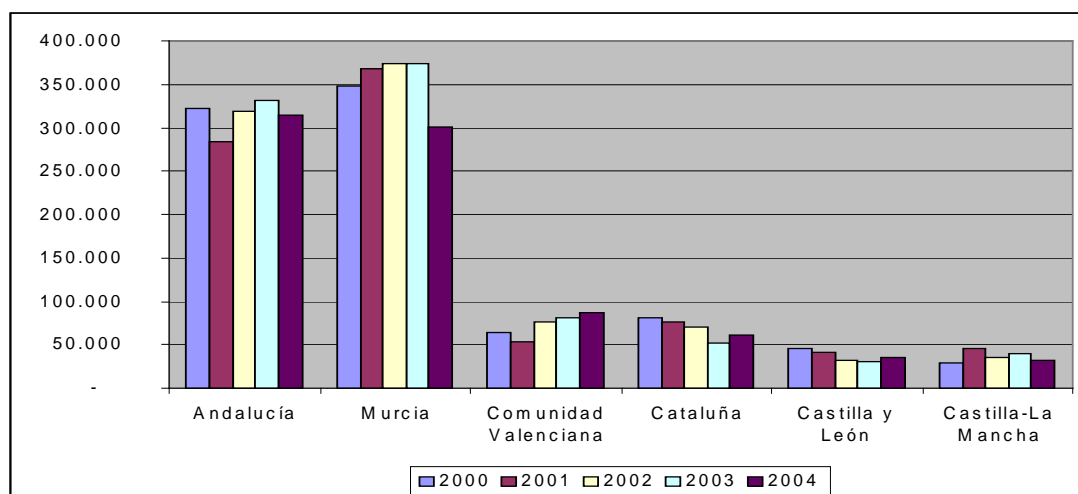
En España la lechuga se cultiva prácticamente en su totalidad (97,8% de la superficie) al aire libre. Casi las dos terceras partes de la producción de lechuga se lleva a cabo de forma compartida en dos Comunidades Autónomas: Andalucía, que en 2004 aportó el 32,5%, y Murcia el 31,1% (Tabla 17). Con una menor contribución figuran la Comunidad Valenciana (9,1%) y Cataluña (6,4%). En el periodo 2000-2004 la producción española de lechuga descendió el 4,7% debido a un comportamiento desigual de las Comunidades Autónomas. Así, mientras Castilla-La Mancha y, sobre todo, la Comunidad Valenciana aumentaron su producción un 8,8% y un 36,5, respectivamente, en Cataluña descendió el 23,4%, en Castilla y León el 21,0%, en Murcia el 13,6% y en Andalucía el 2,2%.

Tabla 17. Evolución de la superficie y la producción de lechugas en España

CC.AA.	2000				2004				%Var.04/00	
	Has	%	Tm	%	Has	%	Tm	%	Has	Tm
Andalucía	11.283	30,7	321.388	31,7	11.484	30,7	314.400	32,5	1,8	-2,2
Murcia	12.722	34,6	348.260	34,3	13.950	37,2	301.000	31,1	9,7	-13,6
C. Valenciana	2.698	7,3	64.246	6,3	3.050	8,1	87.700	9,1	13,0	36,5
Cataluña	2.476	6,7	80.447	7,9	1.946	5,2	61.600	6,4	-21,4	-23,4
Castilla y León	1.347	3,7	45.218	4,5	948	2,5	35.700	3,7	-29,6	-21,0
C.-La Mancha	1.032	2,8	29.035	2,9	726	1,9	31.600	3,3	-29,7	8,8
Otras	5.191	14,1	125.998	12,4	5.363	14,3	135.100	14,0	3,3	7,2
España	36.749	100,0	1.014.592	100,0	37.467	100,0	967.100	100,0	2,0	-4,7

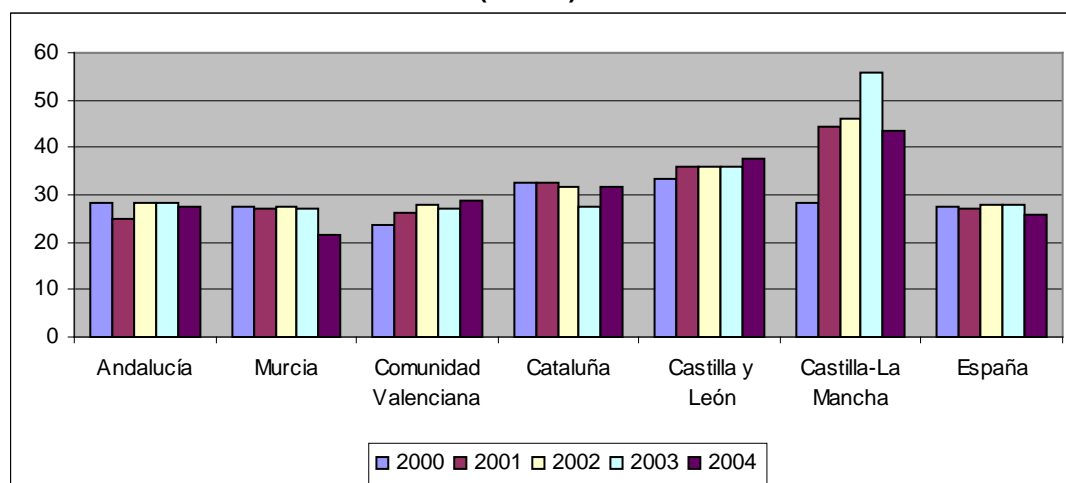
Fuente: MAPA (2001, 2005).

El descenso de la producción de la Región de Murcia en 2004, tras cuatro años de ligero crecimiento, ha llevado a esta Región a abandonar, por primera vez en el periodo analizado, la primera posición en benéfico de Andalucía (Figura 12). No obstante, Murcia continúa siendo la principal provincia productora, duplicando la producción de Almería (150.500 Tm).

Figura 12. Evolución de la producción de lechugas en las principales CC.AA. (Tm)

Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

En cuanto a los rendimientos obtenidos, cabe señalar que, en los cuatro primeros años del periodo analizado, la Región de Murcia presenta unos rendimientos en torno a los 27 Tm/Ha, valor similar a la media nacional y al correspondiente a Andalucía y la Comunidad Valenciana, pero inferiores a los de Cataluña, Castilla y León y, sobre todo, Castilla-La Mancha. En cambio, en el año 2004 los rendimientos de la Región de Murcia (21,6 Tm/Ha) se situaron por debajo de la media nacional (25,8 Tm/Ha) y del resto de las Comunidades Autónomas analizadas (Figura 13).

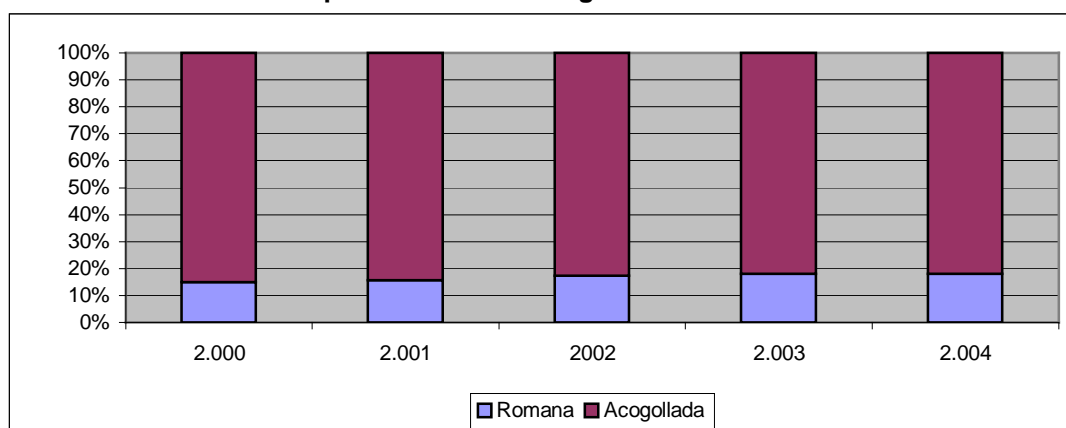
Figura 13. Evolución de los rendimientos de las lechugas en las principales CC.AA. (Tm/Ha)

Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

En España, en torno al 70% de la producción de lechuga corresponde a variedades acogolladas, fundamentalmente Iceberg, y el 30% restante a la Romana. La producción de lechugas acogolladas se realiza mayoritariamente en Murcia (42%)

y Andalucía (35%), mientras que la de romanas está más repartida, pero de nuevo destacan Andalucía (24%) y Murcia (22%). En la Región de Murcia, en 2004, el 82% de la producción murciana de lechuga fue Iceberg y el 18% Romana, mientras que en el año 2000, los porcentajes fueron del 85% y el 15%, respectivamente (Figura 14). Estos datos denotan que, aunque en la Región predomina la producción de la lechuga Iceberg, se va produciendo una muy leve sustitución por la Romana.

Figura 14. Evolución de la participación de diferentes clases de lechuga en la producción de la Región de Murcia



Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia (2005).

3.3.- Melón

La importancia de la contribución del melón a la superficie de cultivo también ha ido variando en función de la zona de cultivo. En el plano mundial, en el periodo 2000-2004 ha permanecido casi constante en torno al 2,5%, y en la Unión Europea descendió del 4,3% de participación en 2000 al 3,7% de 2004. En cambio, en España la participación de la superficie de melón se ha mantenido constante alrededor del 9,9%, cifra que supera el doble de la correspondiente a la Unión Europea. Mayor es, todavía, la contribución en el caso de la Región de Murcia, que en 2004 alcanza el 12,2%, valor ligeramente inferior al 12,9% del año 2000 (Tabla 18).

Tabla 18. Evolución de la contribución del melón a la superficie cultivada de hortalizas (%)

Ámbito geográfico	2000			2004		
	(1) Hortalizas Has	(2) Lechugas Has	% (2)/(1)	(1) Hortalizas Has	(2) Lechugas Has	% (2)/(1)
Mundial	45.112.883	1.049.137	2,3	51.645.275	1.283.956	2,5
Unión Europea	2.158.593	91.917	4,3	2.587.116	95.336	3,7
España	399.914	39.500	9,9	386.229	38.100	9,9
Región de Murcia	43.824	5.656	12,9	48.947	5.969	12,2

Fuente: www.fao.org y Anuario Estadístico de la Región de Murcia (varios años).

3.3.1.- En el mundo

En el período 2000-2004 la producción mundial de melón aumentó el 38,0% debido a un incremento de la superficie y del rendimiento del 22,4% y del 12,7%, respectivamente. Asia es el continente que más melones produce, casi tres cuartas partes (71,9%), y el que más ha incrementado su producción en el periodo analizado (53,2%). A continuación le sigue América, con una participación del 11,4% y, muy de cerca, Europa con el 11,1%. Después de Asia, el mayor incremento de la producción corresponde a Europa (12,9%), seguida de América con un incremento del 11,8% (Tabla 19).

Tabla 19. Evolución de la superficie y la producción mundial de melón

Ámbito geográfico	2000				2004				%Var.04/00	
	Has	%	Tm	%	Has	%	Tm	%	Has	Tm
España	39.500	3,8	1.006.500	5,1	38.100	3,0	1.102.400	4,0	-3,5	9,5
Italia	23.082	2,2	570.700	2,9	26.627	2,1	580.268	2,1	15,4	1,7
Francia	17.485	1,7	313.000	1,6	15.259	1,2	289.488	1,1	-12,7	-7,5
Grecia	8.800	0,8	164.100	0,8	8.700	0,7	174.000	0,6	-1,1	6,0
Portugal	3.000	0,3	20.000	0,1	3.000	0,2	20.000	0,1	0,0	0,0
U.E.	91.917	8,8	2.076.300	10,5	95.336	7,4	2.205.840	8,1	3,7	6,2
Rumania	46.200	4,4	531.100	2,7	37.816	2,9	765.076	2,8	-18,1	44,1
Ucrania	11.400	1,1	47.700	0,2	10.900	0,8	62.300	0,2	-4,4	30,6
Europa	155.538	14,8	2.680.018	13,5	145.012	11,3	3.026.416	11,1	-6,8	12,9
China	318.932	30,4	7.387.119	37,3	558.500	43,5	14.338.000	52,5	75,1	94,1
Turquía	115.000	11,0	1.905.000	9,6	103.000	8,0	1.700.000	6,2	-10,4	-10,8
Irán	67.000	6,4	994.000	5,0	80.000	6,2	1.230.000	4,5	19,4	23,7
India	31.500	3,0	645.000	3,3	31.500	2,5	645.000	2,4	0,0	0,0
Japón	13.800	1,3	317.500	1,6	11.800	0,9	260.000	1,0	-14,5	-18,1
Pakistán	17.922	1,7	282.919	1,4	17.318	1,3	258.004	0,9	-3,4	-8,8
A. Saudita	7.255	0,7	105.400	0,5	14.923	1,2	245.564	0,9	105,7	133,0
Asia	650.933	62,0	12.834.115	64,8	888.823	69,2	19.657.661	71,9	36,5	53,2
Marruecos	21.100	2,0	414.340	2,1	24.810	1,9	665.000	2,4	17,6	60,5
Egipto	35.500	3,4	800.000	4,0	23.872	1,9	563.016	2,1	-32,8	-29,6
Túnez	8.280	0,8	81.000	0,4	8.500	0,7	99.000	0,4	2,7	22,2
Camerún	4.384	0,4	34.639	0,2	4.300	0,3	35.000	0,1	-1,9	1,0
África	74.830	7,1	1.413.810	7,1	67.348	5,2	1.450.043	5,3	-10,0	2,6
EE.UU.	52.000	5,0	1.200.000	6,1	45.180	3,5	1.150.440	4,2	-13,1	-4,1
México	31.000	3,0	500.000	2,5	31.500	2,5	510.000	1,9	1,6	2,0
Venezuela	7.096	0,7	113.011	0,6	11.474	0,9	232.094	0,8	61,7	105,4
C. Rica	7.682	0,7	194.000	1,0	7.000	0,5	215.000	0,8	-8,9	10,8
Guatem.	5.880	0,6	186.300	0,9	5.880	0,5	188.163	0,7	0,0	1,0
Honduras	5.700	0,5	88.717	0,4	10.268	0,8	185.551	0,7	80,1	109,1
Brasil	11.399	1,1	139.768	0,7	14.500	1,1	180.000	0,7	27,2	28,8
América	163.617	15,6	2.790.822	14,1	179.758	14,0	3.119.351	11,4	9,9	11,8
Australia	4.035	0,4	87.064	0,4	2.836	0,2	76.667	0,3	-29,7	-11,9
Oceanía	4.219	0,4	89.579	0,5	3.015	0,2	79.282	0,3	-28,5	-11,5
Mundo	1.049.137	100,0	19.808.344	100,0	1.283.956	100,0	27.332.753	100,0	22,4	38,0

Fuente: www.fao.org. (*) = Los datos de 2000 corresponden a la UE-15 y los de 2004 a la UE-25.

El mayor productor de melones es China, con más de la mitad de la producción mundial (52,5%), seguida a gran distancia de Turquía (6,2%), Irán (4,5%) y Estados Unidos (4,2%). España ocupa la quinta posición con el 4% de la producción, y precede a Rumania (2,8%), la India y Marruecos, ambos con el 2,4%. La mayoría de estos países han incrementado su producción en el periodo 2000-2004, destacando el espectacular crecimiento de China (94,1%), Marruecos (60,5%) y Rumania (44,1%) y, en menor medida, de Irán (23,7%) y España (9,5%). En cambio, ha descendido la producción de Estados Unidos (-4,1%) y, sobre todo, de Turquía (-10,8%).

Asía, además de ser el principal continente en la producción de melón, con un rendimiento de 22,1 Tm/Ha no sólo supera a la media mundial (21,3 Tm/Ha) sino también a la de Europa (20,9 Tm/Ha) y, sobre todo, a la de América (17,4 Tm/Ha). De forma similar, China, además de ser el primer productor mundial, presenta un rendimiento (25,7 Tm/Ha) de los más elevados entre los principales países productores, tan sólo superado por España (28,9 Tm/Ha) y Marruecos (26,8 Tm/Ha). Rendimientos inferiores los presentan Estados Unidos (25,5 Tm/Ha), India (20,5 Tm/Ha), Rumania (20,2 Tm/Ha), Turquía (16,5 Tm/Ha) e Irán (15,4 Tm/Ha).

3.3.2.- En la Unión Europea

En el período de 2002-2004 la superficie de melones de los 25 países de la Unión Europea permaneció estabilizada, mientras que la producción incrementó un 4,7% debido a un aumento de la productividad de la misma cuantía (Tabla 20).

Tabla 20. Evolución de la superficie y la producción de melón en la Unión Europea

Ámbito geográfico	2000				2004				%Var.04/00	
	Has	%	Tm	%	Has	%	Tm	%	Has	Tm
España	39.500	41,4	1.006.500	47,8	38.100	40,0	1.102.400	50,0	-3,5	9,5
Italia	23.082	24,2	570.700	27,1	26.627	27,9	580.268	26,3	15,4	1,7
Francia	17.485	18,3	313.000	14,9	15.259	16,0	289.488	13,1	-12,7	-7,5
Grecia	8.800	9,2	164.100	7,8	8.700	9,1	174.000	7,9	-1,1	6,0
Portugal	3.000	3,1	20.000	0,9	3.000	3,1	20.000	0,9	0,0	0,0
Malta	2.700	2,8	13.890	0,7	2.500	2,6	12.800	0,6	-7,4	-7,8
Hungría	519	0,5	5.948	0,3	850	0,9	12.000	0,5	63,8	101,7
Chipre	235	0,2	10.000	0,5	240	0,3	11.000	0,5	2,1	10,0
Países Bajos	50	0,1	2.000	0,1	60	0,1	2.000	0,1	20,0	0,0
Eslovaquia	-	-	1.500	0,1	-	-	1.884	0,1	-	25,6
U.E. (15)	91.917	96,4	2.076.300	98,6	91.746	96,2	2.168.156	98,3	-0,2	4,4
U.E. (10)	3.454	3,6	29.838	1,4	3.590	3,8	37.684	1,7	3,9	26,3
U.E. (25)	95.371	100,0	2.106.138	100,0	95.336	100,0	2.205.840	100,0	0,0	4,7

Fuente: www.fao.org.

Casi la totalidad (98,3%) de la producción de melones de la Unión Europea se obtiene en sus 15 primeros países y casi el 90% en tres de la cuenca mediterránea: España (50,0%), Italia (26,3%) y Francia (13,1%). De los últimos 10 países incorporados, los principales productores son Malta, Hungría y Chipre, aunque tan sólo aportan en torno al 0,5% de la producción cada uno de ellos. En el periodo 2000-2004 la producción de la Unión Europea creció un 4,7%, destacando el crecimiento de España (9,5%) y, sobre todo, de Hungría (101,7%). En cuanto a los rendimientos obtenidos, Chipre con 45,8 Tm/Ha, Países Bajos con 33,3 Tm/Ha y España con 28,9 Tm/Ha superan a la media de la Unión Europea (23,1 Tm/Ha), mientras que en el resto de países están por debajo.

3.3.3.- En España y en la Región de Murcia

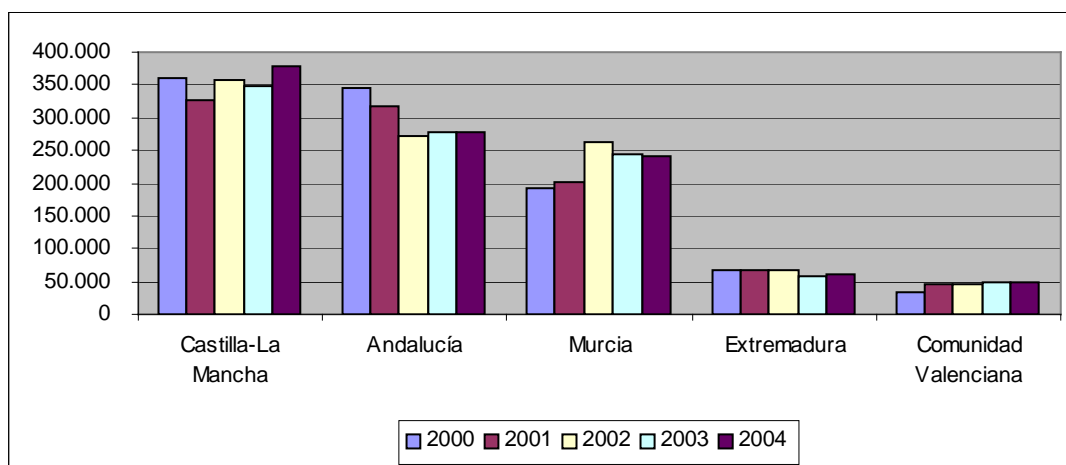
En España el 14% de la superficie de cultivo de melón es en secano, el 25% en regadío al aire libre y el 36% en cultivo protegido de regadío. Más del 80% de la producción de melón corresponde a tres Comunidades Autónomas: Castilla-La Mancha, que en 2004 aportó el 34,2%, Andalucía con el 25,3% y Murcia con el 22,0% (Tabla 21). Estos datos hacen que Murcia sea la segunda provincia en producción de melón tras Ciudad Real (334.000 Tm). En el periodo 2000-2004 la producción española de melón aumentó sólo el 3,2% debido a un comportamiento desigual de las Comunidades Autónomas. Así, mientras Murcia y, sobre todo, la Comunidad Valenciana aumentaron su producción un 26,3% y un 52,7%, respectivamente, Andalucía descendió el 19,0% y en Extremadura el 9,5%.

Tabla 21. Evolución de la superficie y la producción de melón en España

CC.AA.	2000				2004				%Var.04/00	
	Has	%	Tm	%	Has	%	Tm	%	Has	Tm
C.-La Mancha	14.803	38,1	359.841	33,6	11.970	31,4	377.500	34,2	-19,1	4,9
Andalucía	11.160	28,7	344.690	32,2	9.690	25,4	279.200	25,3	-13,2	-19,0
Murcia	5.610	14,4	191.567	17,9	6.100	16,0	242.000	22,0	8,7	26,3
Extremadura	4.360	11,2	67.060	6,3	3.900	10,2	60.700	5,5	-10,6	-9,5
C. Valenciana	1.830	4,7	32.736	3,1	1.865	4,9	50.000	4,5	1,9	52,7
Otras	3.864	9,9	72.105	6,7	4.587	12,0	93.000	8,4	18,7	29,0
España	41.627	107,1	1.067.999	99,7	38.112	100,0	1.102.400	100,0	-8,4	3,2

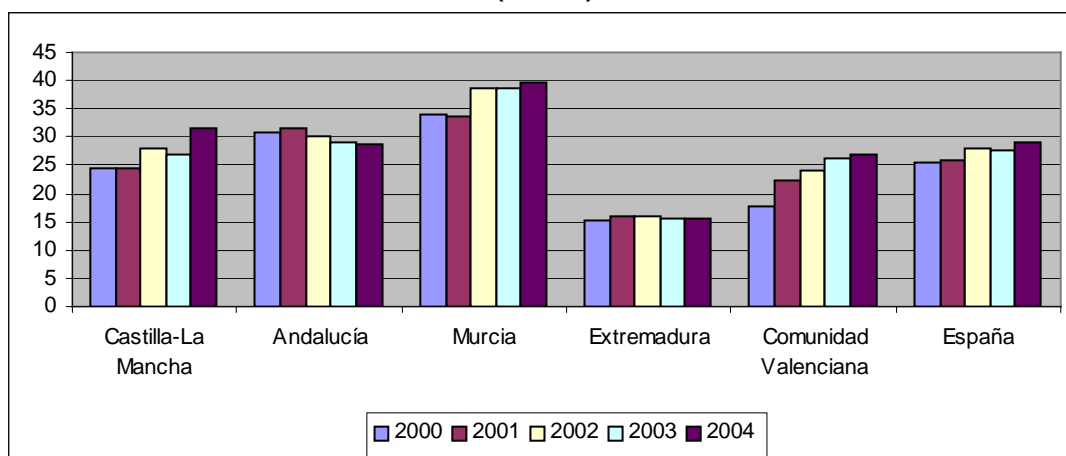
Fuente: MAPA (2001, 2005).

Como se observa en la Figura 15 la evolución del comportamiento de la producción de melón en las principales regiones productoras se puede encuadrar en tres categorías. Murcia y la Comunidad Valenciana experimentan crecimientos, Extremadura y, sobre todo, Andalucía descensos y en Castilla-La Mancha aparece estabilizada.

Figura 15. Evolución de la producción de melones en las principales CC.AA. (Tm)

Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

En cuanto a los rendimientos obtenidos, cabe señalar que la Región de Murcia y Andalucía presentan rendimientos por encima de la media, siendo superiores en la Región de Murcia y en continuo crecimiento, hasta alcanzar en 2004 los 39,7 Tm/Ha, mientras que en Andalucía los rendimientos han ido descendiendo paulatinamente. El resto de Comunidades Autónomas presentan rendimientos inferiores a la media nacional, pero mientras en Castilla-La Mancha han ido mejorando en Extremadura permanecen estables (Figura 16).

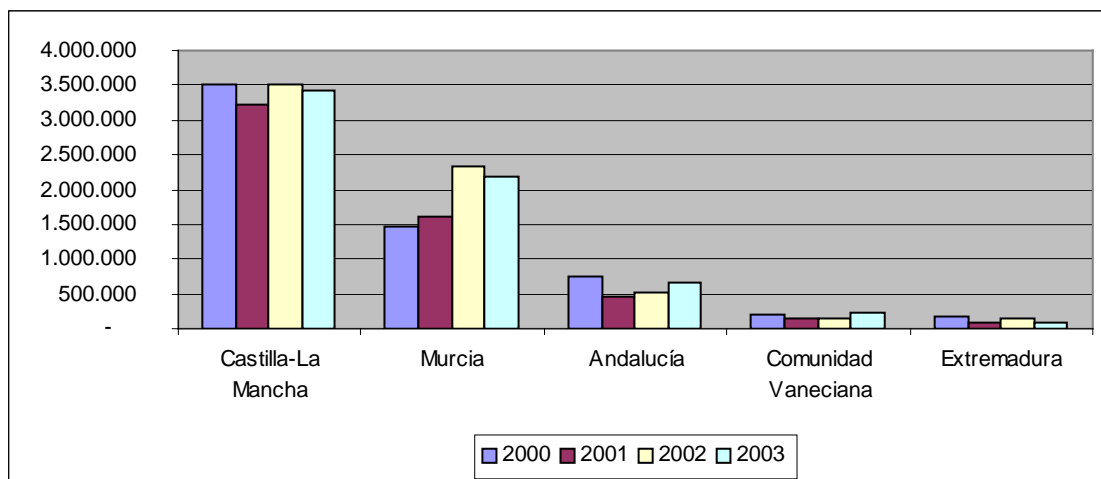
Figura 16. Evolución de los rendimientos de los melones en las principales CC.AA. (Tm/Ha)

Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

Si la producción de melón en regadío se desglosa entre la obtenida al aire libre y en cultivo protegido, se observan algunas diferencias respecto al total. En primer lugar, cabe señalar el incremento de la producción al aire libre hasta ocupar en 2003 en torno al 70% del total, mientras que la protegida ha ido descendiendo hasta el 30%

en 2003, seis puntos porcentuales menos que en 2000. Por otra parte, más del 80% de la producción al aire libre se concentra en Castilla-La Mancha (50%) y Murcia (30%), pero mientras en la primera permanece estable en Murcia se ha ido incrementando (Figura 17).

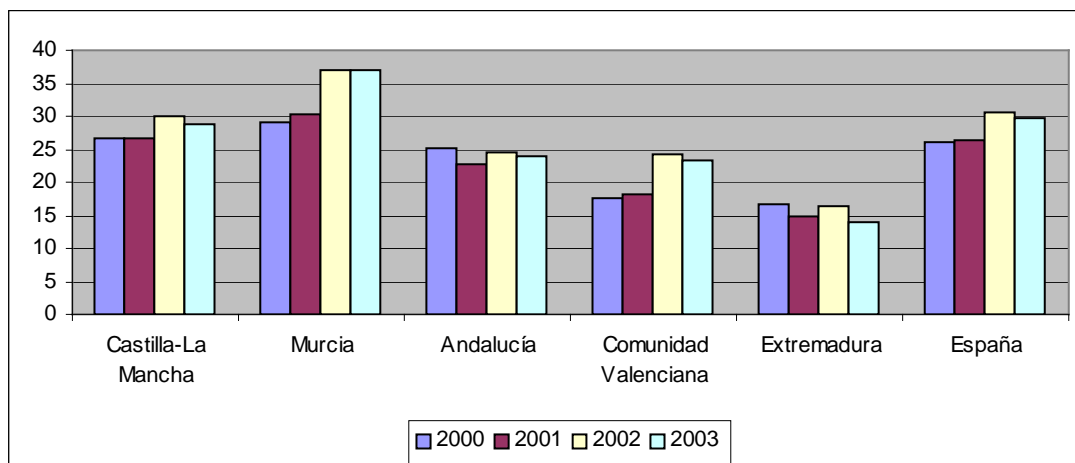
Figura 17. Evolución de la producción de melones al aire libre en las principales CC.AA. (Tm)



Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

Los rendimientos del cultivo del melón al aire libre en Murcia han experimentado un crecimiento continuo hasta alcanzar las 37 Tm/Ha, lo que la sitúa como la Región con los rendimientos más elevados. A continuación figura Castilla-La Mancha con rendimientos en torno a la media nacional (29 Tm/Ha), y Andalucía, la Comunidad Valenciana y Extremadura con rendimientos inferiores a la media nacional, sobre todo los de Extremadura, debido a un descenso continuo de los mismos hasta situarse en 14 Tm/Ha, valor inferior a la mitad de los obtenidos en Murcia (Figura 18).

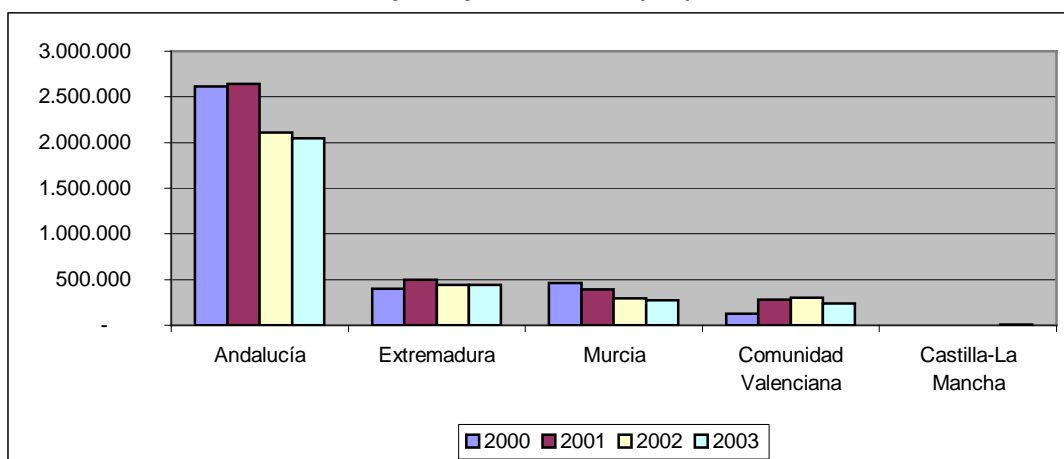
Figura 18. Evolución de los rendimientos de los melones al aire libre en las principales CC.AA. (Tm/Ha)



Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

En 2003, Andalucía aportó el 65% de los melones obtenidos en cultivo protegido, cinco puntos porcentuales menos que en el año 2000. Tras Andalucía figura Extremadura con el 14% y Murcia con el 8,5%. Tanto en Andalucía como, sobre todo, en Murcia se ha producido un descenso de la producción de melón en cultivo protegido, estimándose, en el periodo 2000-2003, en el 22% en el caso de Andalucía y en el 41% en el de Murcia (Figura 19).

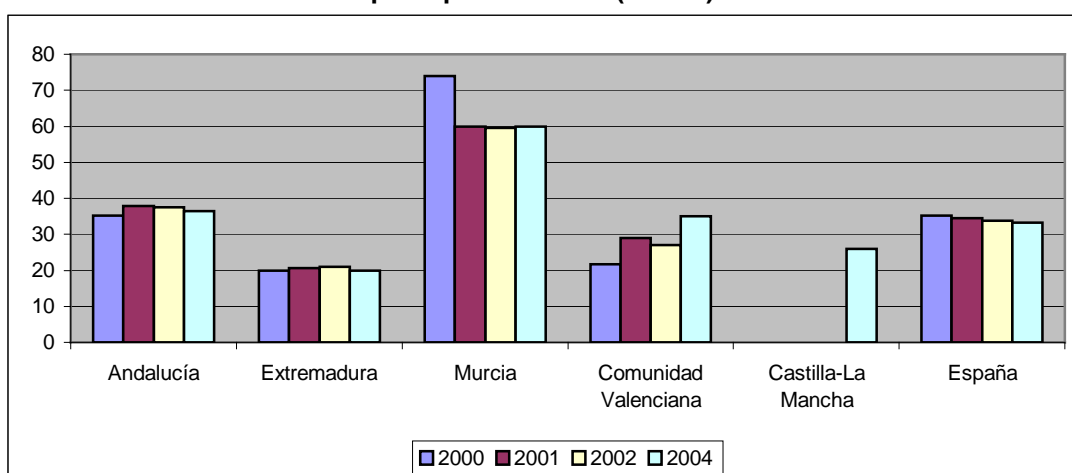
Figura 19. Evolución de la producción de melones en cultivo protegido en las principales CC.AA. (Tm)



Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

En cultivo protegido, los mayores rendimientos (Figura 20), en torno a las 60 Tm/Ha, se obtienen en la Región de Murcia, casi el doble de los obtenidos en la segunda región con rendimientos más elevado, Andalucía (36,4 Tm/Ha).

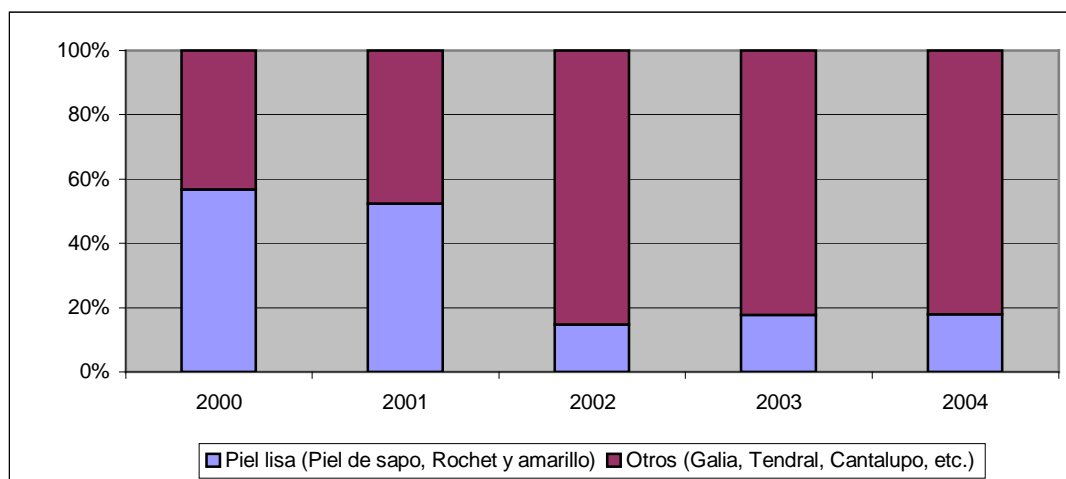
Figura 20. Evolución de los rendimientos de los melones en cultivo protegido en las principales CC.AA. (Tm/Ha)



Fuente: MAPA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005).

En cuanto a las principales variedades de melón, en la Región de Murcia el de Piel Lisa (Piel de Sapo, Rochet y Amarillo), que en el año 2000 representaba el 56,8% de la producción, ha ido perdiendo protagonismo a favor, sobre todo, del Galia, de forma que en el año 2004 la contribución del Piel Lisa descendió al 18% (Figura 21).

Figura 21. Evolución de la participación de diferentes clases de melón en la producción de la Región de Murcia



Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia (2005).

3.4.- Tomate

3.4.1.- En el mundo

En 2004, el tomate ocupaba el 8,3% del total de la superficie cultivada de hortalizas en mundo. En la Unión Europea este porcentaje es muy superior (26,1%), situándose también muy por encima del correspondiente a España (16,3%) y a la Región de Murcia (10,2%). Asimismo, se pone de manifiesto que, respecto a 2000, en 2004 se ha producido un pequeño descenso de la participación de la superficie de cultivo de tomate en el total de hortalizas en el mundo y en la Región de Murcia. En cambio, en la Unión Europea se ha producido un importante descenso y en España un ligero incremento (Tabla 22).

Tabla 22. Evolución de la contribución del tomate a la superficie cultivada de hortalizas

Ámbito geográfico	2000			2004		
	(1) Hortalizas Has	(2) Tomate Has	% (2)/(1)	(1) Hortalizas Has	(2) Tomate Has	% (2)/(1)
Mundial	45.112.883	3.946.000	8,7	51.645.275	4.286.000	8,3
Unión Europea	2.158.593	712.000	33,0	2.587.116	676.000	26,1
España	399.914	63.400	15,9	386.229	63.000	16,3
Región de Murcia	43.824	4.700	10,7	48.947	5.000	10,2

Fuente: www.fao.org y Anuario Estadístico de la Región de Murcia (varios años).

Las cifras oficiales de la FAO no distinguen entre el cultivo para industria y el que se comercializará en fresco, motivo por el que el análisis se realizará sobre los datos globales. Sin embargo, merece la pena recordar que la proporción de tomate que se destina a la industria es muy grande, como queda patente en el Documento de Trabajo AGRI-C4 TOM.10/04 del Grupo de Tomate de la Unión Europea. En este documento se indica que en 2003, de los 15,8 millones de toneladas de tomate europeo producidos, sólo el 38,7% se destinaron a consumo en fresco.

Tabla 23. Evolución de la superficie y la producción mundial de tomate

Ámbito geográfico	2000				2004				% Var. 04/00	
	Has (x1000)	%	Tm (x1000)	%	Has (x1000)	%	Tm (x1000)	%	Has	Tm
Italia	137	3,4	7.538	7,0	145	3,2	7.683	6,2	5,7	1,0
España	62	1,6	3.766	3,5	70	1,5	4.442	3,6	12,2	1,2
Grecia	44	1,1	2.085	1,9	39	0,9	1.932	1,6	-11,3	0,9
Portugal	18	0,5	1.010	0,9	14	0,3	1.201	1,0	-22,1	1,2
Francia	7	0,2	848	0,8	6	0,1	809	0,7	-18,5	1,0
Europa	720	18,0	21.602	19,9	685	15,2	23.429	18,9	-4,9	1,1
China	869	21,8	22.325	20,6	1.255	27,8	30.144	24,3	44,4	1,4
Turquía	225	5,6	8.890	8,2	255	5,6	9.440	7,6	13,3	1,1
India	460	11,5	7.430	6,9	540	11,9	7.600	6,1	17,4	1,0
Asia	2.117	53,0	51.370	47,4	2.669	59,0	61.663	49,7	26,1	1,2
Egipto	195	4,9	6.786	6,3	195	4,3	7.641	6,2	-0,1	1,1
Marruecos	26	0,7	1.009	0,9	22	0,5	1.201	1,0	-16,6	1,2
Túnez	25	0,6	950	0,9	32	0,7	1.118	0,9	28,5	1,2
África	676	16,9	13.462	12,4	680	15,0	14.816	11,9	0,6	1,1
Estados Unidos	167	4,2	11.559	10,7	173	3,8	12.766	10,3	3,4	1,1
Brasil	56	1,4	2.983	2,8	59	1,3	3.489	2,8	5,9	1,2
México	75	1,9	2.086	1,9	67	1,5	2.148	1,7	-10,1	1,0
América	470	11,8	21.510	19,8	477	10,6	23.636	19,0	1,7	1,1
Australia	8	0,2	414	0,4	8	0,2	474	0,4	1,7	1,1
Nueva Zelanda	1	0,0	87	0,1	1	0,0	88	0,1	-12,5	1,0
Oceanía	10	0,2	505	0,5	10	0,2	567	0,5	-0,5	1,1
Mundo	3.993	100	108.449	100	4.521	100	124.112	100	13,2	1,1

Fuente: www.fao.org.

En la Tabla 23 se recoge la variación de superficie y producción mundial entre 2000 y 2004. La mayor parte del tomate se concentra en Asia, continente que acaparó en 2004 el 59,0% de la superficie mundial y casi el 50% de la producción. China es el primer país en superficie y producción con el 27,8% y el 24,3%, respectivamente. En superficie cultivada, a China, le siguen India, Turquía, Egipto y USA, y en producción EEUU, Turquía, Italia y Egipto. Europa es el segundo continente en importancia de este cultivo, después de Asia, aunque el tomate es originario de América. En Europa se ha reducido algo la superficie (en 2004 tenía el 15,2% mundial), pero sigue

elevando su producción, gracias al buen comportamiento de los rendimientos. En 2004 los países con mejores rendimientos medios fueron Nueva Zelanda y Francia (con cerca de 140 Tm/Ha); destacan también EEUU con 74 Tm/Ha, España con 64 Tm/Ha y también Portugal, país que ha pasado de 56 Tm/Ha a 86 Tm/Ha entre los años 2000-2004.

3.4.2.- En la Unión Europea

Hay dos países de la Unión Europea que destacan a nivel mundial, Italia, cuarto productor mundial con el 6% del total, y España, undécima en superficie mundial y séptima en producción. En la UE, Tabla 24, el líder es Italia, que ha incrementado su superficie y producción entre 2000 y 2004, y que con la mitad de la superficie de tomate produce más del 40% del total. El segundo país es España, donde aún ha sido mayor el crecimiento de la superficie cultivada, y sobre todo de la producción, que ha subido de media un 17,8% en los cuatro últimos años. Grecia es el tercer productor, aunque ha tenido un descenso tanto en superficie como en producción.

Entre los años 2000 y 2004 otros países que proporcionalmente han elevado considerablemente su producción son Austria y Hungría, mientras que los que más la han reducido son Polonia y Reino Unido.

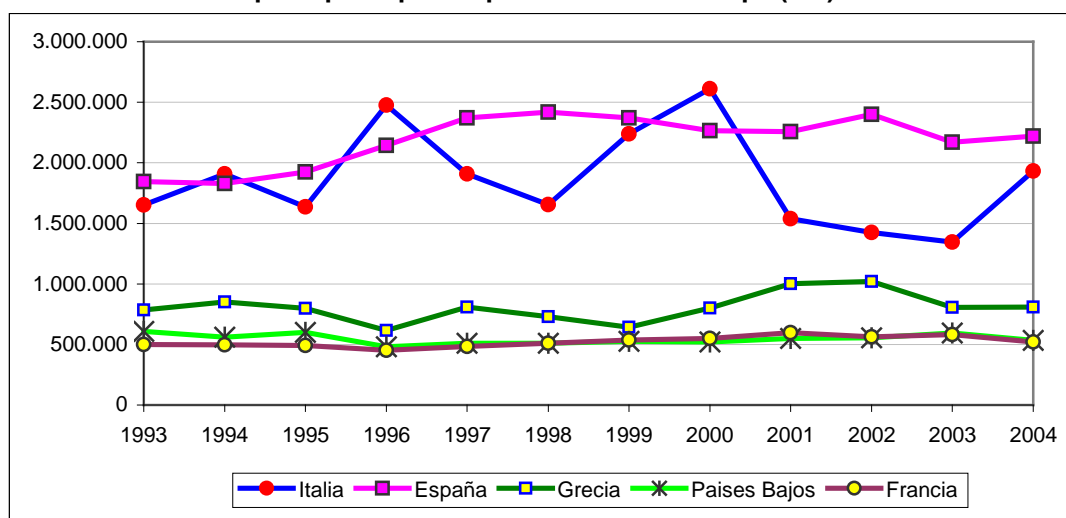
Tabla 24. Evolución de la superficie y la producción de tomate en la Unión Europea

Ámbito geográfico	2000				2004				% Var. 04/00	
	Has	%	Tm (x1000)	%	Has	%	Tm (x1000)	%	Has	Tm
Italia	137.155	50,4	7.538	46,4	144.963	48,1	7.683	43,0	5,7	1,9
España	62.285	22,9	3.766	23,2	69.900	23,2	4.442	24,9	12,2	17,9
Grecia	44.200	16,2	2.085	12,8	39.223	13,0	1.932	10,8	-11,3	-7,3
Portugal	18.000	6,6	1.010	6,2	14.015	4,6	1.201	6,7	-22,1	18,9
Francia	7.290	2,7	848	5,2	5.942	2,0	809	4,5	-18,5	-4,7
Países Bajos	1.200	0,4	520	3,2	1.300	0,4	645	3,6	8,3	24,0
Hungría	6.049	2,2	203	1,3	5.452	1,8	269	1,5	-9,9	32,2
Bélgica	900	0,3	216	1,3	550	0,2	246	1,4	-38,9	13,7
Polonia	21.001	7,7	311	1,9	12.096	4,0	213	1,2	-42,4	-31,7
Reino Unido	300	0,1	113	0,7	191	0,1	79	0,4	-36,3	-30,6
Eslovaquia	3.577	1,3	73	0,4	3.535	1,2	61	0,3	-1,2	-15,8
Alemania	327	0,1	50	0,3	400	0,1	55	0,3	22,3	10,1
Chipre	450	0,2	36	0,2	470	0,2	38	0,2	4,4	7,3
Austria	159	0,1	24	0,2	171	0,1	36	0,2	7,5	46,5
Finlandia	127	0,0	35	0,2	122	0,0	35	0,2	-3,9	-1,0
U.E. (15)	272.192	100	16.253	100						
U. E. (25)					301.472	100	17.849	100	10,8	9,8

Fuente: www.fao.org.

Las diferencias principales entre Italia y España hay que buscarlas en la orientación final del producto. En el caso italiano sólo el 20,2% va a consumo en fresco, mientras que en España esa proporción es del 56,4%. De hecho, España es el principal suministrador de tomate fresco a Europa, siendo la tendencia seguida la que se recoge en la Figura 22, elaborada a partir de los datos del Documento de Trabajo AGRI-C4 TOM.10/04 del Grupo de Tomate de la Unión Europea.

Figura 22. Evolución de la producción de tomate para consumo en fresco en los principales países productores de Europa (Tm)



Fuente: Estadísticas Agrarias de la Unión Europea. En www.europa.eu.int.

3.4.3.- En España y en la Región de Murcia

El tomate español se concentra entre las comunidades de Extremadura (donde mayoritariamente se destina a industria), Andalucía (sobre todo en el poniente almeriense), la Región de Murcia y Canarias. Entre los años 1999 y 2003 las tres primeras regiones han crecido tanto en la superficie cultivada como en producción, lo que ha propiciado que de media España suba un 1,1% la superficie y un 4,8% la producción, aunque en general ha habido un descenso global en el resto de zonas productoras (Tabla 25).

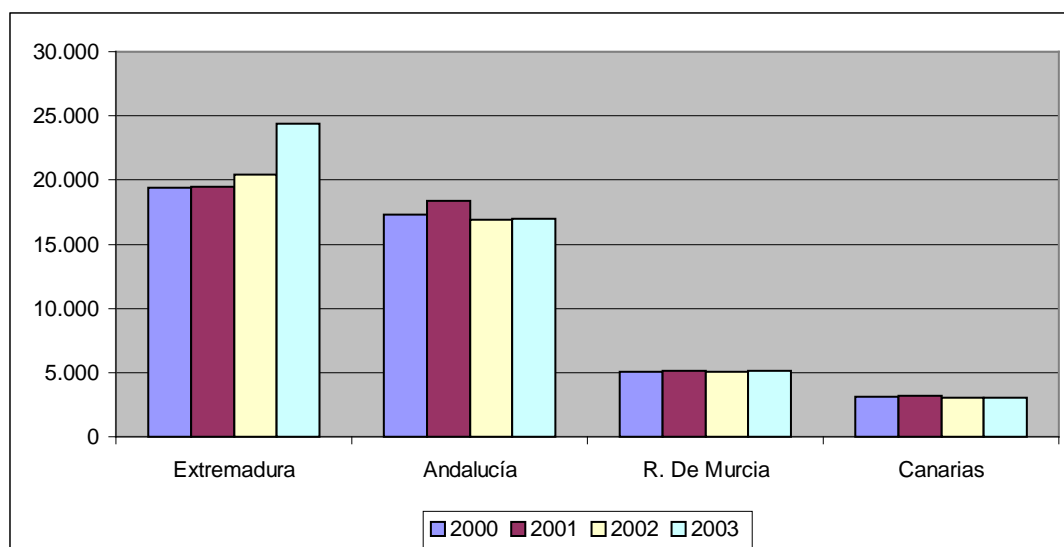
Tabla 25. Evolución de la superficie y la producción de tomate en España

CC.AA.	2000				2003				Var. 00/03	
	Has	%	Tm	%	Has	%	Tm	%	Has	Tm
Extremadura	19.400	31,1	1.048.750	27,8	24.359	38,7	1.355.408	34,3	25,6	29,2
Andalucía	17.275	27,7	1.210.350	32,1	16.963	26,9	1.286.625	32,6	-1,8	6,3
Murcia	5.034	8,1	323.459	8,6	5.163	8,2	349.944	8,9	2,6	8,2
Canarias	3.114	5,0	306.646	8,1	3.044	4,8	255.403	6,5	-2,2	-16,7
C. la Mancha	3.499	5,6	122.627	3,3	2.413	3,8	147.431	3,7	-31,0	20,2
Cataluña	3.194	5,1	126.236	3,4	2.269	3,6	110.993	2,8	-29,0	-12,1
Navarra	2.850	4,6	167.133	4,4	2.044	3,2	108.175	2,7	-28,3	-35,3
C. Valenciana	2.344	3,8	194.983	5,2	1.615	2,6	89.268	2,3	-31,1	-54,2
Aragón	1.831	2,9	91.405	2,4	1.391	2,2	88.356	2,2	-24,0	-3,3
Baleares	1.190	1,9	66.067	1,8	1.325	2,1	73.555	1,9	11,3	11,3
Otras	2.554	4,1	108.672	2,9	2.387	3,8	82.169	2,1	-6,5	-24,4
España	62.285	100,0	3.766.328	100,0	62.973	100,0	3.947.327	100,0	1,1	4,8

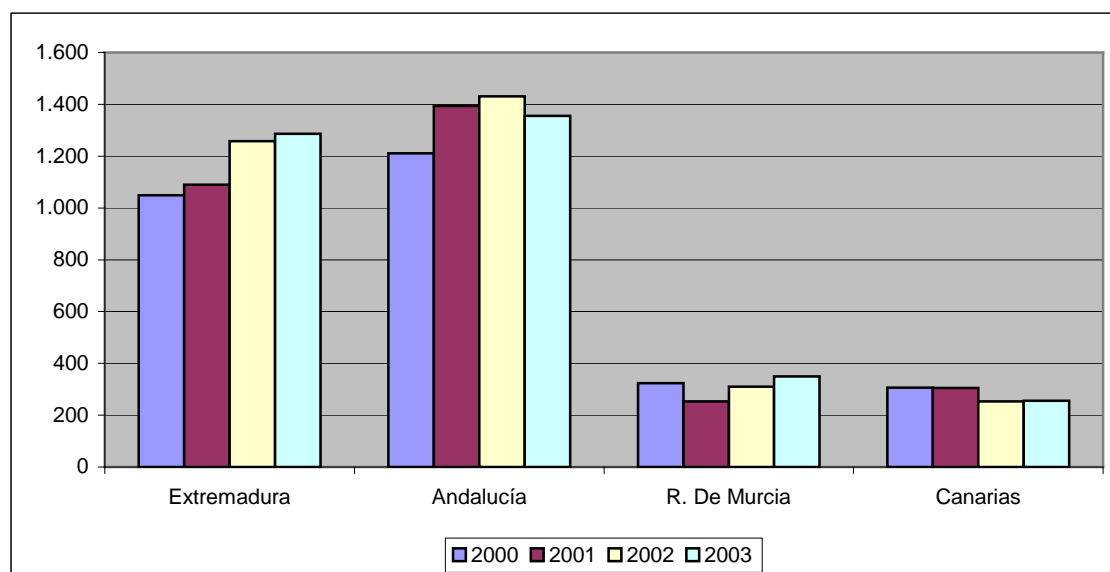
Fuente: www.mapa.es.

Respecto a superficies (Figura 23) destaca Extremadura, con tendencia al alza, pero en tonelaje sobresale Andalucía (Figura 24), con una producción en invernaderos muy orientada a la exportación y al mercado interior, pero siempre para consumo en fresco, lo mismo que sucede en Murcia y Canarias.

Figura 23. Evolución de la superficie de tomate en las principales CC.AA. (Has)



Fuente: Anuarios Estadísticos MAPA.

Figura 24. Evolución de la producción de tomate en las principales CC.AA. (miles de Tm)

Fuente: Anuarios Estadísticos MAPA.

En la Región de Murcia la cifra de superficie total, según las estadísticas del MAPA, coincide con el total en invernaderos de las estadísticas regionales. La superficie de tomate en Murcia en 2003 fue de 5.163 Has. Por municipios (Tabla 26), la producción se localizó fundamentalmente en Mazarrón y Águilas, destacando también Lorca y Calasparra, cuatro municipios que han mantenido o aumentado su superficie de tomate entre 1998 y 2003. Sin embargo, en otros pueblos, como Caravaca de la Cruz, Torre-Pacheco o Moratalla, se ha producido un descenso acusado de la superficie cultivada, llegando a desaparecer en localidades como Abanilla.

Tabla 26. Evolución de la superficie de tomate en invernadero en los municipios de la Región de Murcia (Has)

Municipios	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Mazarrón	2.000	1.997	2.002	2.225	1.800	2.025
Águilas	1.150	1.400	1.770	1.825	2.050	1.890
Lorca	520	540	540	625	630	650
Calasparra	175	190	190	99	105	102
Moratalla	60	60	70	20	20	20
Caravaca de la Cruz	240	30	30	10	10	10
Torre-Pacheco	50	40	20	15	7	6
Abanilla	28	28	28	15	20	0
Otros	450	394	384	316	433	460
Región de Murcia	4.673	4.679	5.034	5.150	5.075	5.163

Fuente: Centro Regional de Estadística de la Región de Murcia.

Antes de pasar a describir la producción del pimiento en invernadero, cabe señalar una característica diferenciadora del tomate. Dadas las actuales

circunstancias de los mercados, y que el tomate es una especie que no presenta dificultades de cultivo en nuestro clima, cada vez están más extendidas las parcelas con invernaderos de estructuras cubiertas sólo con mallas. A pesar de las ventajas que suele presentar la mejora del nivel tecnológico de las explotaciones, esta es una alternativa más sencilla, que simplifica el cultivo y que, sobre todo, requiere menos inversión. Quizás haya que considerarla como la última readaptación del productor murciano para mantener la rentabilidad económica de este cultivo.

3.5.- Pimiento

3.5.1.- En el mundo

En 2004 el pimiento ocupaba el 3,2% de la superficie de cultivo mundial de hortalizas, porcentaje ligeramente inferior al correspondiente a la Región de Murcia (3,7%) y bastante más bajo que el de España (5,8%) y la Unión Europea (5,5%). Además, mientras en España esta contribución no ha variado, respecto al año 2000, en el plano mundial y en la Región de Murcia ha experimentado un pequeño descenso, el cual ha sido mucho más acusado en el caso de la Unión Europea (Tabla 27).

Tabla 27. Evolución de la contribución del pimiento a la superficie cultivada de hortalizas (%)

Ámbito	2000			2004		
	(1) Hortalizas Has	(2) Pimiento Has	% (2)/(1)	(1) Hortalizas Has	(2) Pimiento Has	% (2)/(1)
Mundial	45.112.883	1.530.000	3,4	51.645.275	1.678.000	3,2
Unión Europea	2.158.593	152.000	7,0	2.587.116	142.000	5,5
España	399.914	23.200	5,8	386.229	22.400	5,8
Región de Murcia	43.824	1.700	3,9	48.947	1.800	3,7

Fuente: www.fao.org. y Anuario Estadístico de la Región de Murcia (varios años).

Al igual que pasaba con el tomate, Asia es el continente donde se produce más pimiento, y China el país más importante (Tabla 28). Entre los años 2000 y 2004, Asia ha elevado su producción y superficie más que ningún otro continente, y ya tiene el 62% de la superficie y el 65% de la producción mundial. Entre los países asiáticos, después de China (con el 35,7% de la superficie y el 48,8% de la producción) están Turquía, tercer productor mundial, e Indonesia que ocupa el cuarto lugar. En América sobresale Méjico, que es el segundo productor mundial y tercero en superficie. Con mayor relevancia que Europa está África, gracias sobre todo a Nigeria y Egipto, que son dos grandes productores. Respecto a los países europeos España es el quinto productor mundial y el undécimo en superficie, seguido con una importancia mucho menor de Italia.

En América y Europa ha habido una reducción de la superficie de pimiento, aunque no de la producción, que sigue elevándose. De manera global, la superficie cultivada ha descendido más del 7%, sin embargo la producción se ha elevado en casi el 19%, lo que ha sido posible gracias al incremento de los rendimientos. En los datos de rendimientos normalmente se mezcla la producción al aire libre con la de invernaderos. Sobresale los Países Bajos con 264 Tm/Ha, y también, aunque con cifras inferiores, Indonesia (57 Tm/Ha) y España (46 Tm/Ha).

Tabla 28. Evolución de la superficie y la producción mundial de pimiento (%)

Ámbito geográfico	2000				2004				% Var. 04/00		2000	2004
	Has		Tm		Has		Tm		Has	Tm	Rendimientos (Tm/Ha)	
	(x1000)	%	(x1000)	%	(x1000)	%	(x1000)	%				
España	23	1,5	947	4,6	22	1,3	1.006	4,1	-6,1	6,3	40,8	46,2
Italia	14	0,9	365	1,8	14	0,8	364	1,5	-5,7	-0,2	25,2	26,7
Países Bajos	1	0,1	285	1,4	1	0,1	318	1,3	0,4	11,6	237,5	263,9
Grecia	4	0,2	104	0,5	4	0,2	94	0,4	-2,8	-9,4	26,6	24,8
Europa	149	9,5	2.724	13,1	132	7,8	2.873	11,6	-11,3	5,5	18,3	21,8
China	503	32,1	9.436	45,4	603	35,7	12.031	48,8	19,8	27,5	18,8	20,0
Turquía	75	4,8	1.480	7,1	88	5,2	1.700	6,9	17,3	14,9	19,7	19,3
Indonesia	175	11,1	728	3,5	195	11,5	1.101	4,5	11,4	51,2	41,7	56,6
Asia	916	58,4	12.769	61,5	1.045	62,0	16.066	65,1	14,1	25,8	13,9	15,4
Nigeria	90	5,7	715	3,4	91	5,4	720	2,9	1,1	0,7	7,9	7,9
Egipto	28	1,8	428	2,1	30	1,8	467	1,9	6,3	9,2	15,3	15,7
Ghana	75	4,8	270	1,3	75	4,4	270	1,1	0,0	0,0	3,6	3,6
África	272	17,3	2.068	10,0	279	16,5	2.211	9,0	2,4	7,0	7,6	7,6
México	145	9,3	1.735	8,4	141	8,3	1.854	7,5	-3,3	6,9	11,9	13,2
EE.UU.	38	2,4	913	4,4	34	2,0	978	4,0	-9,4	7,1	24,0	28,4
Argentina	6	0,4	120	0,6	6	0,4	125	0,5	2,0	4,0	20,0	20,4
América	230	14,6	3.155	15,2	228	13,5	3.466	14,0	-0,6	9,9	13,1	14,5
Australia	2	0,2	44	0,2	3	0,2	56	0,2	15,4	29,4	17,7	19,8
Nueva Zelanda	0	0,0	5	0,0	0	0,0	5	0,0	0,0	0,0	31,3	31,3
Oceanía	3	0,2	49	0,2	3	0,2	62	0,3	13,6	25,8	17,8	19,7
Mundo	1.569	100,0	20.765	100,0	1.687	100,0	24.679	100,0	7,5	18,8	13,2	14,6

Fuente: www.fao.org.

3.5.2.- En la Unión Europea

En la Tabla 29 se muestra la relación de países de la Unión Europea productores de pimiento. España produce prácticamente el 50% del total, y le siguen Italia, Grecia y Hungría. Como media, la Unión Europea ha incrementado su superficie y producción entre los años 2000 y 2004, aunque en los cuatro primeros países tanto la superficie como producción se han reducido, a excepción de España, donde el buen nivel tecnológico que están consiguiendo las explotaciones

ha hecho posible que aún con 1.404 hectáreas menos que en el año 2000, se logren 59.000 toneladas más que en 2004.

Tabla 29. Evolución de la superficie y la producción de pimiento en la Unión Europea

Ámbito geográfico	2000				2004				% Var. 04/00	
	Has	%	Tm (x1000)	%	Has	%	Tm (x1000)	%	Has	Tm
España	23.204	52,4	947	53,9	21.800	44,4	1.006	50,0	-6,1	6,3
Italia	14.489	32,7	365	20,8	13.657	27,8	364	18,1	-5,7	-0,2
Grecia	3.900	8,8	104	5,9	3.790	7,7	94	4,7	-2,8	-9,4
Hungría	6.754	15,3	134	7,6	3.533	7,2	110	5,5	-47,7	-18,0
Eslovaquia	2.900	6,6	35	2,0	3.000	6,1	36	1,8	3,4	1,7
Países Bajos	1.200	2,7	285	16,2	1.205	2,5	318	15,8	0,4	11,6
Francia	651	1,5	20	1,2	703	1,4	28	1,4	8,0	37,0
Bélgica	400	0,9	14	0,8	400	0,8	17	0,8	0,0	20,1
R. Checa	250	0,6	4	0,2	315	0,6	8	0,4	26,0	92,7
Eslovenia	204	0,5	6	0,3	203	0,4	6	0,3	-0,5	5,4
Portugal	200	0,5	1	0,1	200	0,4	1	0,0	0,0	0,0
Austria	165	0,4	8	0,5	168	0,3	10	0,5	1,8	19,2
Chipre	63	0,1	2	0,1	63	0,1	2	0,1	0,0	0,0
Reino Unido	50	0,1	11	0,6	55	0,1	14	0,7	10,0	25,9
U.E. (15)	44.259	100	1.755	100,0						
U.E. (25)					49.092	100,0	2.013	100	10,9	14,7

Fuente: www.fao.org.

3.5.3.- En España y en la Región de Murcia

Andalucía, que centraliza su producción en Almería, tiene el 56,3% de la superficie nacional de pimiento y produce el 64,8% (Tabla 30). La segunda CCAA en producción es Murcia, seguida de Castilla la Mancha y la Comunidad Valenciana.

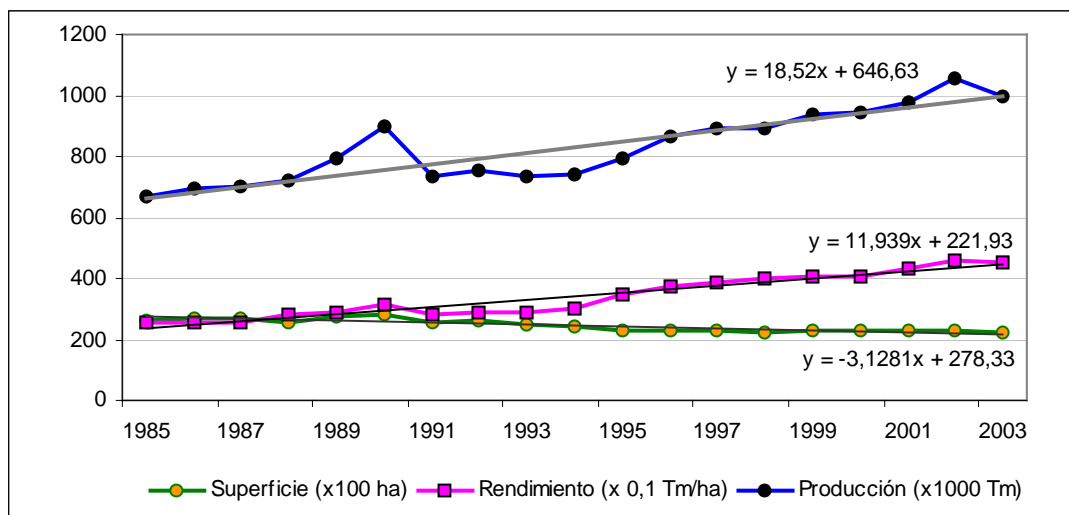
Tabla 30. Evolución de la superficie y la producción de pimiento en España

CC.AA.	2000				2003				% Var. 03/00	
	Has	%	Tm	%	Has	%	Tm	%	Has	Tm
Andalucía	12.400	53,4	613.034	64,8	12.614	56,3	684.471	64,8	1,7	11,7
Murcia	1.712	7,4	141.468	14,9	1.810	8,1	158.945	15,0	5,7	12,4
C. La Mancha	2.082	9,0	42.374	4,5	1.984	8,9	62.700	5,9	-4,7	48,0
C. Valenciana	985	4,2	36.543	3,9	669	3,0	45.239	4,3	-32,1	23,8
Galicia	744	3,2	17.327	1,8	1.073	4,8	25.202	2,4	44,2	45,4
Extremadura	890	3,8	15.800	1,7	920	4,1	19.880	1,9	3,4	25,8
Baleares	418	1,8	11.776	1,2	460	2,1	12.960	1,2	10,0	10,1
Navarra	1.064	4,6	13.521	1,4	967	4,3	10.659	1,0	-9,1	-21,2
Otras	2.909	12,5	54.919	5,8	1.891	8,4	36.126	3,4	-35,0	-34,2
España	23.204	100,0	946.762	100,0	22.388	100,0	1.056.182	100,0	-3,5	11,6

Fuente: www.mapa.es.

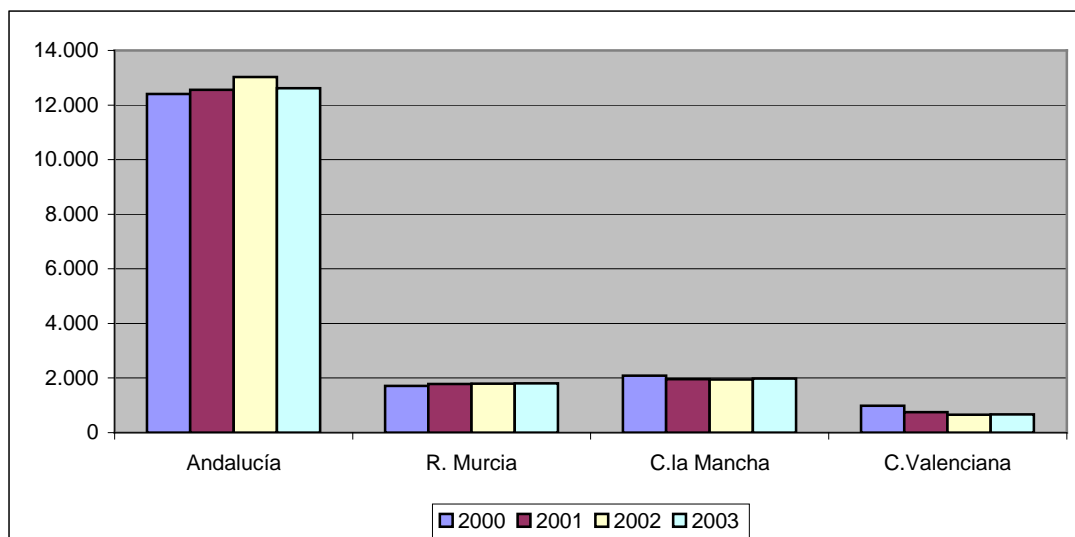
La Figura 25 presenta la evolución de la producción, superficie y rendimientos medios del pimiento español. En los últimos veinte años se ha pasado de 26.300 Has a 22.000 Has, pero el incremento de los rendimientos medios, que han crecido de 25,5 Tm/Ha a 45,2 Tm/Ha, han posibilitado que la producción total ascienda.

Figura 25. Evolución de la superficie, producción y rendimiento del pimiento en España



Fuente: Anuarios Estadísticos MAPA.

Figura 26. Evolución de la superficie de pimiento en las principales CC.AA. (Has)

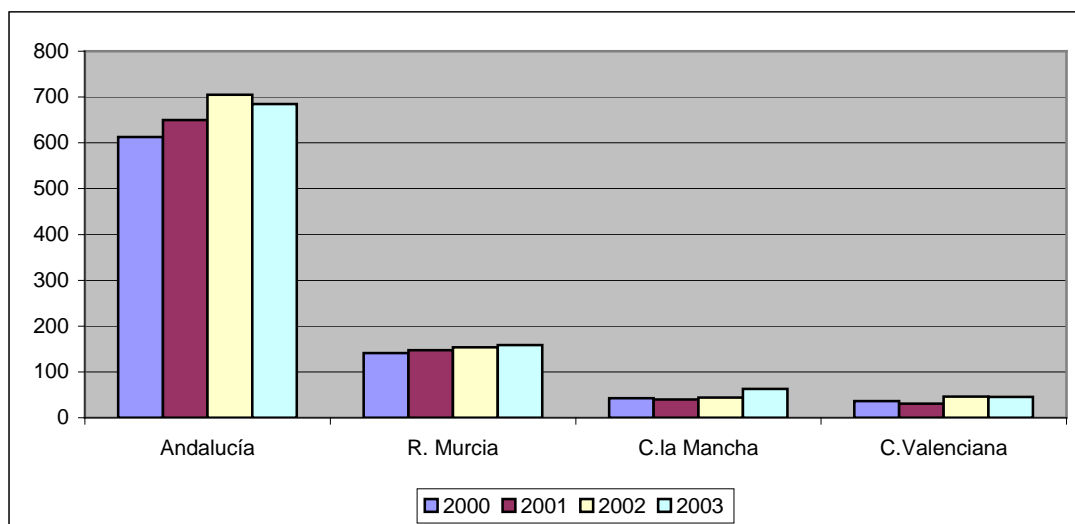


Fuente: Anuarios Estadísticos MAPA.

En las Figuras 26 y 27 se representa la evolución de la superficie y de la producción de pimiento de las cuatro regiones españolas principales. En las provincias de Almería, Murcia y Alicante se ubican los invernaderos para pimiento de consumo en fresco, y mayoritariamente dirigido a la exportación, pero mientras

Almería y Murcia tienden a crecer, la otra zona tradicional como era la Comunidad Valenciana ha reducido esta producción de forma paulatina en los últimos años.

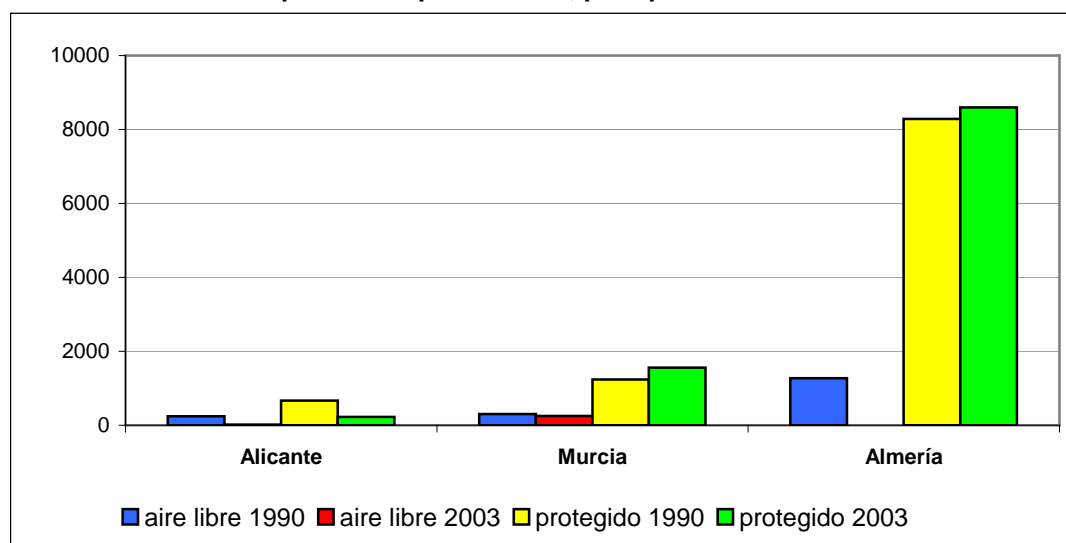
Figura 27. Evolución de la producción de pimiento en las principales CC.AA. (Has)



Fuente: Anuarios Estadísticos MAPA.

También se puede observar la evolución de la superficie al aire libre y protegida en las tres principales provincias (Figura 28). En Murcia y Almería se ha incrementado la del pimiento en invernadero, mientras que en Alicante ha descendido en total, tanto al aire libre como en invernadero. En 2003 en Murcia había alguna superficie al aire libre, mientras que en Almería la superficie ha pasado totalmente a estar cubierta.

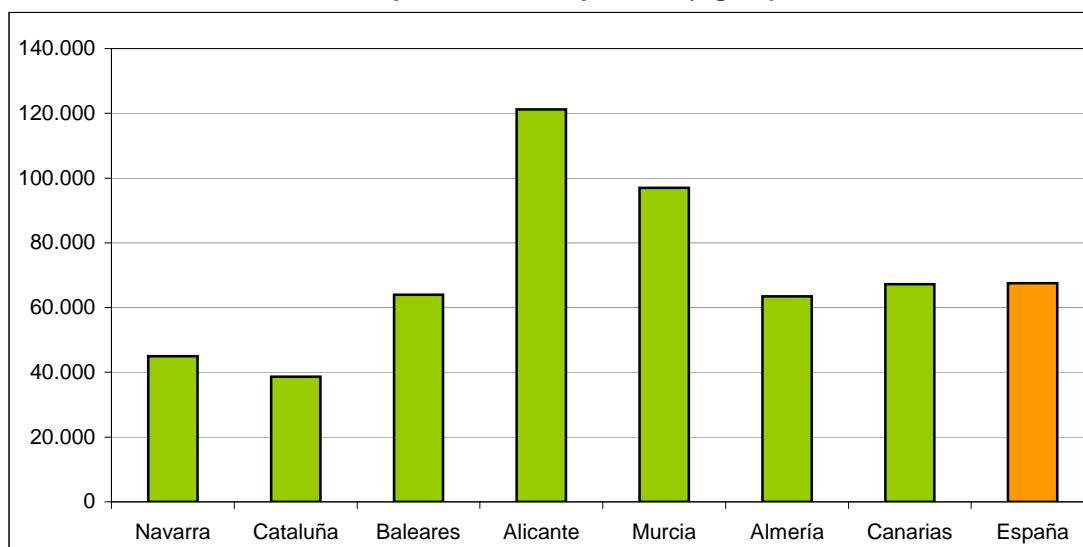
Figura 28. Evolución de la superficie de cultivo de pimiento en las tres principales provincias productoras, por tipo de cultivo



Fuente: Anuarios Estadísticos MAPA.

A diferencia del tomate, el pimiento es una especie que responde muy bien a las mejoras tecnológicas en su cultivo, y agradece todos los detalles que se introduzcan en su manejo, con mayores rendimientos y un aumento de la calidad. Por todo ello, en las principales zonas productoras se está produciendo una gran inversión económica en implementar el nivel tecnológico de los invernaderos de pimiento. Un claro ejemplo es el área que rodea al municipio de Pilar de la Horadada, en Alicante, donde se logran los mayores rendimientos medios de España, como también puede observarse en la Figura 29. Murcia es la segunda zona en rendimientos medios, con valores cercanos a las 100 Tm/Ha.

Figura 29. Rendimientos medios del pimiento en cultivo protegido en las principales zonas productoras españolas (Kg/Ha)



Fuente: Anuarios Estadísticos MAPA.

4.- ESTRUCTURAS AGRARIAS

4.1.- Modalidades de cultivo

Las explotaciones hortícolas españolas presentan una gran diversidad tanto entre regiones como dentro de la misma región. Esta diversidad se debe tanto a los factores físicos y climatológicos que la condicionan como a la coexistencia de diferentes modalidades de cultivo. Como ya se indicó anteriormente, la mayoría de las hortalizas en España se cultivan en regadío y, de forma especial, en la Región de Murcia. Según datos de la Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas de 2003, sólo el 7,7% de la superficie de cultivo de hortalizas en España era de secano. Entre las principales regiones productoras de hortalizas este porcentaje varía desde el 11,9% de Castilla-La Mancha hasta el 0,6% de Murcia, pasando por el 1,7% de Extremadura y el 8,1% de Andalucía.

En cuanto a las modalidades de cultivo, la Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas diferencia entre: **a)** hortalizas en terreno de labor, cuando son cultivadas en tierras que entran en alternativa con otros cultivos no hortícolas, **b)** hortalizas en cultivo hortícola, si son cultivadas en tierras en las que se realiza exclusivamente cultivo de especies hortícolas, bien en aire libre o abrigo bajo, y **c)** hortalizas en invernadero.

De los datos de la Tabla 31 se deducen importantes diferencias en cuanto a la modalidad de cultivo en función de las Comunidades Autónomas. Se observa: **a)** en España predominan las explotaciones y la Superficie Agrícola Utilizada (SAU) en cultivo hortícola, además se ha producido una intensificación del cultivo en la medida en que, respecto a 1997, hemos asistido a un incremento de éstas y de las de cultivo bajo invernadero en detrimento del terreno de labor, **b)** en Andalucía predominan la SAU y, sobre todo, las explotaciones dedicadas a cultivo bajo invernadero, aunque son importantes las dedicadas a cultivo hortícola, **c)** en la Región de Murcia destacan las explotaciones y la SAU de cultivo hortícola, seguida a gran distancia de las de invernaderos, aunque se ha producido un descenso de las primeras en favor de las de terreno de labor y, especialmente, de invernadero, **d)** en Extremadura se ha producido un gran incremento de las explotaciones y, sobre todo, de la SAU de cultivo hortícola en detrimento del terreno de labor, y **e)** en Castilla-La Mancha el número de explotaciones es compartido, casi por igual, entre el terreno de labor y el cultivo hortícola, mientras que la mayor parte de la SAU es dedicada a terreno de labor (74,3%).

Tabla 31. Distribución de las explotaciones y de la Superficie Agrícola Utilizada (SAU) por modalidad de cultivo

Modalidad de cultivo	Número de explotaciones (%)									
	España		Andalucía		Murcia		Extremadura		C-La Mancha	
	1997	2003	1997	2003	1997	2003	1997	2003	1997	2003
Terreno de labor	34,1	23,4	25,1	13,2	6,0	6,9	50,8	26,8	49,6	47,1
Cultivo hortícola	59,6	64,4	40,7	37,1	87,4	81,3	51,3	73,2	50,5	53,8
Invernadero	11,1	16,8	38,6	54,3	21,8	28,1	0,7	3,6	1,3	1,2
	Superficie Agraria Útil (%)									
Terreno de labor	34,7	28,0	23,3	22,7	3,4	6,1	67,6	17,8	72,1	74,3
Cultivo hortícola	52,5	56,4	40,0	37,8	87,7	82,7	32,4	81,9	27,8	25,6
Invernadero	12,8	15,6	36,7	39,5	8,8	11,2	0,1	0,2	0,1	0,1

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

A continuación se analiza la estructura de las explotaciones hortícolas murcianas en función de su orientación técnico económica.

4.2.- Análisis de las explotaciones de hortalizas por Orientaciones Técnico Económicas (OTE)

La orientación técnico económica (OTE) se define en función de la proporción del margen bruto de cada actividad respecto al margen bruto de la explotación (MBT). En el caso que nos ocupa analizaremos la OTE hortalizas y posteriormente se desglosará entre la OTE hortalizas en cultivo hortícola y la OTE hortalizas bajo invernadero.

4.2.1.- Hortalizas

4.2.1.1.- Dimensión territorial

De las 5.520 explotaciones que cultivan hortalizas en la Región de Murcia, 4.148 tienen como orientación técnico económica (OTE) las hortalizas, lo que convierte a Murcia en la segunda Comunidad Autónoma que más explotaciones con OTE hortalizas aporta (8,4%), después de Andalucía (47,8%), y la primera en cuanto a SAU (24,6%). En el periodo 1997-2003, Murcia ha visto reducido el número de explotaciones en el 8,1%, mientras que en España se incrementaron en el 2,8% (Tabla 32). En cambio, la SAU de la Región de Murcia experimentó un crecimiento del 31,4%, superior al de Andalucía (24,5%), pero inferior al nacional (42,8%) y al de Extremadura y Castilla-La Mancha.

Tabla 32. Evolución del número de explotaciones de hortalizas, de la Superficie Agrícola Utilizada (SAU) y del tamaño medio de la explotación

CC.AA.	Número de explotaciones				Var. 03/97 (%)
	1997		2003		
	Número	%	Número	%	
Andalucía	23.036	47,9	23.672	47,8	2,8
Murcia	4.512	9,4	4.148	8,4	-8,1
Extremadura	819	1,7	2.036	4,1	148,6
Castilla- La Mancha	1.453	3,0	1.428	2,9	-1,7
Otras	18.318	38,1	18.198	36,8	-0,7
España	48.137	100,0	49.482	100,0	2,8
CC.AA.	Superficie Agrícola Utilizada (Has)				Var. 03/97 (%)
	1997		2003		
	Has	%	Has	%	
Andalucía	63.570	33,2	79.136	29,9	24,5
Murcia	51.132	26,7	67.211	24,6	31,4
Extremadura	9.777	5,1	31.520	11,5	222,4
Castilla- La Mancha	10.642	5,6	27.150	9,9	155,1
Otras	56.277	29,4	97.982	25,0	21,4
España	191.398	100,0	273.345	100,0	42,8
CC.AA.	Tamaño medio de las explotaciones (Has)				Var. 03/97 (%)
	1997		2003		
Andalucía	2,8		2,1		21,1
Murcia	11,3		16,2		43,0
Extremadura	11,9		15,5		29,7
Castilla- La Mancha	7,3		19,0		159,6
Otras	3,1		5,4		22,2
España	4,0		5,5		38,9

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

La consecuencia del descenso del número de explotaciones hortícolas murcianas y el incremento de la SAU ha sido un incremento del tamaño medio del 43,0%, superior al nacional (38,9%) y al del resto de las CC.AA. salvo Castilla-La Mancha (159,6%). Como resultado de esta evolución, las explotaciones murcianas cuya actividad principal es el cultivo de hortalizas presentan una dimensión territorial media de 16,2 Has, lo que las sitúa muy por encima de la media de nacional (5,5 Has) y, sobre todo, de Andalucía (3,3 Has), pero por debajo de Castilla-La Mancha cuyo tamaño medio es de 19 Has (Tabla 32).

4.2.1.2.- Dimensión económica

La dimensión económica de la explotación viene dada por el Margen Bruto Total (MBT) expresado en Unidades de Dimensión Europea (UDE)¹.

Murcia es la segunda Comunidad Autónoma que más margen bruto total (MBT) aporta (30,3%), después de Andalucía (42,5%). En el periodo 1997-2003, Murcia incrementó su MBT el 74,7%, aumento superior al nacional (44,8%) y, sobre todo, al de Andalucía (18,9%), pero inferior al de Extremadura y al de Castilla-La Mancha. De forma similar, en el periodo analizado, el margen bruto por explotación de Murcia se incrementó el 90,0%, superior al nacional (40,9%), lo que le ha llevado a lograr una dimensión económica media por explotación de 106,5 UDE, mayor que la media nacional (29,5 UDE) y las del resto de Comunidades Autónomas (Tabla 33).

Tabla 33. Evolución del Margen Bruto Total y por explotación de las explotaciones de hortalizas en UDE constantes de 2003

CC.AA.	Margen Bruto Total (MBT) en UDE				
	1997		2003		Var. 03/97 (%)
	UDE	%	UDE	%	
Andalucía	521.403	51,8	619.866	42,5	18,9
Murcia	252.816	25,1	441.576	30,3	74,7
Extremadura	14.054	1,4	78.888	5,4	461,3
Castilla- La Mancha	17.402	1,7	44.337	3,0	154,8
Otras	200.978	20,0	273.219	18,7	35,9
España	1.006.654	100,0	1.457.886	100,0	44,8
CC.AA.	Margen Bruto por Explotación en UDE				Var. 03/97 (%)
	1997		2003		
	UDE	%	UDE	%	
Andalucía		22,6		26,2	15,7
Murcia		56,0		106,5	90,0
Extremadura		17,2		38,7	125,8
Castilla- La Mancha		12,0		31,0	159,2
Otras		11,0		15,0	36,8
España		20,9		29,5	40,9

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

¹ El MBT es el saldo entre el valor monetario de la producción bruta y el valor de ciertos costes directos inherentes a esta producción. Entre los costes directos se incluyen semillas y plantones, fertilizantes, pesticidas, insecticidas o bien el coste de adquisición de animales, piensos y gastos veterinarios. No se contabilizan como gastos directos el trabajo, la maquinaria, las instalaciones o el mantenimiento de éstas. En la Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas de 1997 una UDE corresponde a 1.200 unidades de cuenta europea (ECU) de margen bruto (La tasa de cambio empleada es 1 ECU= 156,98818 Pts.). En la Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas de 2003 una UDE corresponde a 1.200 Euros de margen bruto.

Como se deduce de la Tabla 34, las explotaciones murcianas que tienen una dimensión económica superior a 100 UDE (17,5%) acaparan el 75,3% de la SAU y aportan el 79,1% del MBT, en cambio las que tienen una dimensión económica inferior a 16 UDE (37,0%) acaparan sólo el 2,5% de la SAU y el 2,6% del MBT.

Tabla 34. Distribución del número de explotaciones, SAU y MBT en función de la dimensión económica de la explotación medida en UDE (2003)

UDE	España		Andalucía		Murcia		Extremadura		C. La Mancha	
	Número de explotaciones									
	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
<1	2.527	5,1	22	0,1	0	0,0	5	0,2	0	0,0
1<2	2.987	6,0	452	1,9	45	1,1	585	28,7	97	6,8
2<4	6.408	13,0	1.088	4,6	148	3,6	63	3,1	589	41,2
4<6	4.326	8,7	1.360	5,7	737	17,8	501	24,6	126	8,8
6<8	4.935	10,0	3.211	13,6	43	1,0	0	0,0	0	0,0
8<12	5.275	10,7	3.437	14,5	175	4,2	52	2,6	66	4,6
12<16	4.969	10,0	3.466	14,6	386	9,3	32	1,6	38	2,7
16<40	11.301	22,8	7.623	32,2	962	23,2	161	7,9	228	16,0
40<60	2.916	5,9	1.377	5,8	595	14,3	232	11,4	143	10,0
60<100	1.895	3,8	912	3,9	331	8,0	234	11,5	98	6,9
>100	1.943	3,9	724	3,1	726	17,5	171	8,4	43	3,0
Total	49.482	100,0	23.672	100,0	4.148	100,0	2.036	100,0	1.428	100,0
UDE	Superficie Agrícola Utilizada (Has)									
	Has	%	Has	%	Has	%	Has	%	Has	%
	<1	2.770	1,0	2.527	5,1	0	0,0	12	0,0	0
1<2	2.490	0,9	2.987	6,0	57	0,1	218	0,7	51	0,2
2<4	6.447	2,4	6.408	13,0	61	0,1	133	0,4	941	3,5
4<6	6.445	2,4	4.326	8,7	559	0,8	1.136	3,6	188	0,7
6<8	6.496	2,4	4.935	10,0	44	0,1	0	0,0	0	0,0
8<12	9.176	3,4	5.275	10,7	327	0,5	644	2,0	194	0,7
12<16	8.899	3,3	4.969	10,0	628	0,9	223	0,7	209	0,8
16<40	42.495	15,5	11.301	22,8	5.321	7,9	1.728	5,5	1.985	7,3
40<60	32.551	11,9	2.916	5,9	4.319	6,4	3.578	11,4	5.392	19,9
60<100	26.731	9,8	1.895	3,8	5.299	7,9	6.543	20,8	2.957	10,9
>100	128.845	47,1	1.943	3,9	50.596	75,3	17.305	54,9	15.233	56,1
Total	273.345	100,0	49.482	100,0	67.211	100,0	31.520	100,0	27.150	100,0
UDE	Margen Bruto Total									
	UDE	%	UDE	%	UDE	%	UDE	%	UDE	%
	<1	1.754	0,1	9	0,0	0	0,0	2	0,0	0
1<2	4.428	0,3	758	0,1	84	0,0	668	0,8	155	0,3
2<4	18.579	1,3	3.438	0,6	479	0,1	174	0,2	1.745	3,9
4<6	21.507	1,5	6.873	1,1	3.487	0,8	2.585	3,3	622	1,4
6<8	34.905	2,4	23.131	3,7	292	0,1	0	0,0	0	0,0
8<12	51.633	3,5	34.119	5,5	1.788	0,4	582	0,7	618	1,4
12<16	69.489	4,8	48.271	7,8	5.397	1,2	435	0,6	546	1,2
16<40	272.425	18,7	181.349	29,3	24.175	5,5	4.729	6,0	5.464	12,3
40<60	141.907	9,7	66.134	10,7	29.448	6,7	10.603	13,4	7.093	16,0
60<100	143.046	9,8	65.069	10,5	27.356	6,2	18.293	23,2	7.343	16,6
>100	698.213	47,9	190.715	30,8	349.070	79,1	40.817	51,7	20.751	46,8
Total	1.457.886	100,0	619.866	100,0	441.576	100,0	78.888	100,0	44.337	100,0

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 2003.

Los datos anteriores de la Tabla 35 ponen de manifiesto la elevada polarización de las explotaciones murcianas, de mayor intensidad que la media nacional y la del resto de Comunidades Autónomas que se analizan.

Por otra parte, de la información que aparece en la Tabla 35 se observa que en la Región de Murcia, en el año 2003, respecto a 1997, se produjo: **a)** un incremento de la participación de las explotaciones de más de 40 UDE de dimensión económica, y especialmente las de más de 100 UDE, en detrimento de las de menos de 40 UDE, salvo las comprendidas entre 4 y 6 UDE que también han incrementado su participación, **b)** un incremento de la participación en la SAU de las explotaciones de más de 100 UDE en detrimento del resto de explotaciones, y **c)** un incremento de la participación en el MBT de las explotaciones de más de 100 UDE en detrimento del resto de explotaciones.

Tabla 35. Evolución del número de explotaciones murcianas, SAU y MBT en función de la dimensión económica de la explotación medida en UDE

UDE	1997		2003		1997		2003		1997		2003	
	Número	%	Número	%	Has	%	Has	%	MBT	%	MBT	%
<1	75	1,7	0	0,0	59	0,1	0	0,0	72	0,0	0	0,0
1<2	262	5,8	45	1,1	148	0,3	57	0,1	409	0,2	84	0,0
2<4	548	12,1	148	3,6	1.783	3,5	61	0,1	1.702	0,8	479	0,1
4<6	355	7,9	737	17,8	690	1,3	559	0,8	1.769	0,8	3.487	0,8
6<8	191	4,2	43	1,0	410	0,8	44	0,1	1.271	0,6	292	0,1
8<12	628	13,9	175	4,2	1.604	3,1	327	0,5	6.373	2,8	1.788	0,4
12<16	216	4,8	386	9,3	653	1,3	628	0,9	2.989	1,3	5.397	1,2
16<40	1.133	25,1	962	23,2	7.814	15,3	5.321	7,9	29.764	13,2	24.175	5,5
40<60	454	10,1	595	14,3	5.030	9,8	4.319	6,4	23.114	10,2	29.448	6,7
60<100	309	6,8	331	8,0	6.859	13,4	5.299	7,9	25.109	11,1	27.356	6,2
>100	341	7,6	726	17,5	26.082	51,0	50.596	75,3	132.955	59,0	349.070	79,1
Total	4.512	100,0	4.148	100,0	51.132	100,0	67.211	100,0	225.527	100,0	441.576	100,0

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

4.2.1.3.- Productividad de la tierra

La productividad de la tierra se define como el output agrario, o margen bruto, obtenido por unidad de Superficie Agrícola Utilizada (SAU), siendo, en general, el indicador que permite cuantificar el grado de intensificación de la agricultura. En una horticultura como la murciana el factor clave de la intensificación es el agua para riego.

Como se desprende de la Tabla 36 el grado de intensificación del cultivo de hortalizas en Murcia supera a la media nacional y, sobre todo, al resto de las Comunidades Autónomas, salvo a Andalucía que supera a Murcia en 1,2 UDE/Ha.

Por otra parte, se observa que la Región de Murcia incrementó en un 32,9% su productividad en el año 2003, respecto a 1997, valor superior al nacional y al de Castilla-La Mancha, que casi ha permanecido constante y, sobre todo, al de Andalucía que descendió el 4,5%.

Tabla 36. Evolución de la productividad de la tierra en el cultivo de hortalizas (UDE/Ha en valor constante de 2003)

CC.AA.	1997	2003	Var. 03/97 (%)
Andalucía	8,2	7,8	-4,5
Murcia	4,9	6,6	32,9
Extremadura	1,4	2,5	74,1
Castilla- La Mancha	1,6	1,6	-0,1
Otras	3,6	2,8	12
España	5,3	5,3	1,4

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

Si se analiza la variación de la productividad de la tierra en la Región de Murcia en función de la dimensión económica de la explotación se observa (Tabla 37): **a)** la productividad de la tierra se muestra dispar en las 11 clases de explotaciones atendiendo a su dimensión económica, y **b)** si se agregan las explotaciones en dos grupos, las de menos de 40 UDE y las de más, se constata que las primeras tienen una productividad menor que las segundas tanto en 1997 (3,4 UDE/Ha frente a 4,8 UDE/Ha) como en 2003 (5,1 UDE/Ha frente a 6,7 UDE/Ha). Aunque este último dato apoya la tesis de la mayor productividad de las explotaciones hortícolas de mayor dimensión económica, el primero hace pensar que la misma puede venir afectada también por factores como la modalidad de cultivo (bajo invernadero, etc.), las disponibilidades de agua, la pertenencia de la empresa agraria a cooperativas agrarias, etc.

Tabla 37. Evolución de la productividad de la tierra en el cultivo de hortalizas (UDE/Ha en valor constante de 2003) en función de la dimensión económica de la explotación

	<1	1<2	2<4	4<6	6<8	8<12	12<16	16<40	40<60	60<100	>100	Total
1997	1,2	2,8	1,0	2,6	3,1	4,0	4,6	3,8	4,6	3,7	5,1	4,4
2003		1,5	7,9	6,2	6,6	5,5	8,6	4,5	6,8	5,2	6,9	6,6

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

4.2.2.- Hortalizas en cultivo hortícola

4.2.2.1.- *Dimensión territorial*

Entre las principales Comunidades Autónomas productoras de hortalizas, en 2003, Murcia es la segunda que más explotaciones aporta en cultivo hortícola (10,6%), después de Andalucía que contribuye con casi el doble (20,3%), y la primera en cuanto a SAU (26,1%). En el periodo 1997-2003, Murcia vio reducido el número de

explotaciones en el 16,4%, un descenso que es superior al nacional (-9,5%) y al de Castilla-La Mancha (-6,6%), pero inferior al de Andalucía (-31,8%) y, especialmente, al de Extremadura donde crecieron el 153,3%. En cambio, la SAU de la Región de Murcia experimentó un crecimiento del 50,1%, valor similar a la media nacional, superior al de Andalucía (17,3%), pero inferior al llevado a cabo por Castilla-La Mancha y Extremadura (Tabla 38).

Como resultado del descenso del número de explotaciones hortícolas murcianas y el incremento de la SAU, se produjo un incremento del tamaño medio del 79,7%, ligeramente superior al nacional (69,4%) y al de Andalucía (72,0%), muy superior al de Extremadura (27,7%), pero inferior al de Castilla-La Mancha (174,2%). De esta forma, las explotaciones murcianas cuya actividad principal es el cultivo hortícola presentan una dimensión territorial media de 19,6 Has., valor similar al de Castilla-La Mancha, superior al de Extremadura (15,4 Has), y más del doble que la media de nacional (8,0 Has) y, sobre todo, que la de Andalucía (7,4 Has.).

Tabla 38. Evolución del número de explotaciones en cultivo hortícola, de la Superficie Agrícola Utilizada (SAU) y del tamaño medio de la explotación

CC.AA.	Número de explotaciones				Var. 03/97 (%)
	1997		2003		
	Número	%	Número	%	
Andalucía	7.866	26,9	5.363	20,3	-31,8
Murcia	3.344	11,5	2.794	10,6	-16,4
Extremadura	798	2,7	2.021	7,7	153,3
Castilla- La Mancha	1.441	4,9	1.346	5,1	-6,6
Otras	15.742	53,9	14.880	56,4	-5,5
España	29.191	100,0	26.404	100,0	-9,5
CC.AA.	Superficie Agrícola Utilizada (Has)				Var. 03/97 (%)
	1997		2003		
	Has	%	Has	%	
Andalucía	34.075	24,9	39.953	19,0	17,3
Murcia	36.485	26,6	54.782	26,1	50,1
Extremadura	9.653	7,0	31.220	14,9	223,4
Castilla- La Mancha	10.546	7,7	27.007	12,9	156,1
Otras	46.262	33,8	56.970	27,1	23,1
España	137.021	100,0	209.932	100,0	53,2
CC.AA.	Tamaño medio de las explotaciones (Has)				Var. 03/97 (%)
	1997		2003		
Andalucía	4,3		7,4		72,0
Murcia	10,9		19,6		79,7
Extremadura	12,1		15,4		27,7
Castilla- La Mancha	7,3		20,1		174,2
Otras	2,9		3,8		30,3
España	4,7		8,0		69,4

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

4.2.2.2.- Dimensión económica

En 2003, Murcia fue la Comunidad Autónoma que más MBT aportó (43,1%), seguida a gran distancia de Andalucía (23,9%), Extremadura (9,8%) y Castilla-La Mancha (5,5%). En el periodo 1997-2003, Murcia incrementó su MBT el 150,9%, valor similar al de Castilla-La Mancha, superior al nacional (81,28%) y, especialmente, al de Andalucía (25,1%), pero inferior al de Extremadura. La consecuencia del descenso del número de explotaciones hortícolas murcianas y el incremento del MBT ha sido un aumento de la dimensión económica del 200,3%, superior al nacional (100,3%) y al de las otras Comunidades Autónomas. Como resultado de esta evolución, las explotaciones murcianas cuya actividad principal es el cultivo hortícola presentan una dimensión económica media de 121,9 UDE, lo que multiplica por cuatro la media nacional (30,0 UDE) y la del resto de Comunidades Autónomas (Tabla 39).

Tabla 39. Evolución del Margen Bruto Total y por explotación de las explotaciones en cultivo hortícola en UDE constantes de 2003

CC.AA.	Margen Bruto Total (MBT) en UDE				
	1997		2003		Var. 03/97 (%)
	Número	%	Número	%	
Andalucía	151.102	34,6	189.062	23,9	25,1
Murcia	135.771	31,1	340.687	43,1	150,9
Extremadura	13.635	3,1	77.477	9,8	468,2
Castilla- La Mancha	17.184	3,9	43.621	5,5	153,8
Otras	118.937	27,2	140.361	17,7	18,0
España	436.628	100,0	791.208	100,0	81,2
CC.AA.	Margen Bruto por Explotación en UDE				
	1997		2003		Var. 03/97 (%)
Andalucía	19,2		35,3		83,5
Murcia	40,6		121,9		200,3
Extremadura	17,1		38,3		124,4
Castilla- La Mancha	11,9		32,4		171,8
Otras	7,6		9,4		24,8
España	15,0		30,0		100,3

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

También en este caso se aprecia una polarización elevada en cuanto a la dimensión territorial de las explotaciones en cultivo hortícola, y de mayor intensidad que en España y que en las Comunidades Autónomas que se analizan. Como se deduce de la Tabla 40 las que tienen una dimensión económica superior a 100 UDE (21,9%) acaparan el 79,0% de la SAU y aportan el 83,9% del MBT. En cambio, las que tienen una dimensión económica inferior a 16 UDE (42,1%) acaparan sólo el 2,4% de la SAU y el 2,5% del MBT.

Tabla 40. Distribución del número de explotaciones de cultivo hortícola, SAU y MBT en función de la dimensión económica de la explotación medida en UDE (2003)

UDE	España		Andalucía		Murcia		Extremadura		C. La Mancha	
	Número de explotaciones									
	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
<1	2.475	9,4	22	0,4	0	0,0	5	0,2	0	0,0
1<2	2.957	11,2	452	8,4	45	1,6	585	28,9	97	7,2
2<4	5.699	21,6	764	14,2	148	5,3	63	3,1	560	41,6
4<6	3.169	12,0	798	14,9	558	20,0	501	24,8	91	6,8
6<8	1.900	7,2	505	9,4	43	1,5	0	0,0	0	0,0
8<12	1.985	7,5	644	12,0	120	4,3	52	2,6	66	4,9
12<16	1.287	4,9	317	5,9	263	9,4	32	1,6	36	2,7
16<40	3.431	13,0	975	18,2	583	20,9	155	7,7	214	15,9
40<60	1.274	4,8	297	5,5	178	6,4	232	11,5	141	10,5
60<100	877	3,3	149	2,8	245	8,8	232	11,5	98	7,3
>100	1.350	5,1	440	8,2	611	21,9	164	8,1	43	3,2
Total	26.404	100,0	5.363	100,0	2.794	100,0	2.021	100,0	1.346	100,0
UDE	Superficie Agrícola Utilizada (Has)									
	Has	%	Has	%	Has	%	Has	%	Has	%
<1	2.718	1,3	109	0,3	0	0,0	12	0,0	0	0,0
1<2	2.420	1,2	343	0,9	57	0,1	218	0,7	51	0,2
2<4	5.759	2,7	410	1,0	61	0,1	133	0,4	924	3,4
4<6	5.161	2,5	887	2,2	409	0,7	1.136	3,6	140	0,5
6<8	4.353	2,1	758	1,9	44	0,1	0	0,0	0	0,0
8<12	5.734	2,7	1.032	2,6	218	0,4	644	2,1	194	0,7
12<16	4.346	2,1	994	2,5	505	0,9	223	0,7	206	0,8
16<40	25.567	12,2	4.788	12,0	4.120	7,5	1.702	5,5	1.946	7,2
40<60	24.461	11,7	2.899	7,3	1.469	2,7	3.578	11,5	5.356	19,8
60<100	19.550	9,3	1.875	4,7	4.617	8,4	6.516	20,9	2.957	10,9
>100	109.863	52,3	25.858	64,7	43.282	79,0	17.058	54,6	15.233	56,4
Total	209.932	100,0	39953	100,0	54.782	100,0	31.220	100,0	27.007	100,0
UDE	Margen Bruto Total									
	UDE	%	UDE	%	UDE	%	UDE	%	UDE	%
<1	1.705	0,2	9	0,0	0	0,0	2	0,0	0	0,0
1<2	4.382	0,6	758	0,4	84	0,0	668	0,9	155	0,4
2<4	16.281	2,1	2.353	1,2	479	0,1	174	0,2	1.650	3,8
4<6	15.850	2,0	4.041	2,1	2.680	0,8	2.585	3,3	435	1,0
6<8	12.955	1,6	3.586	1,9	292	0,1	0	0,0	0	0,0
8<12	19.184	2,4	6.440	3,4	1.197	0,4	582	0,8	618	1,4
12<16	18.339	2,3	4.407	2,3	3.761	1,1	435	0,6	516	1,2
16<40	84.224	10,6	23.555	12,5	15.956	4,7	4.562	5,9	5.184	11,9
40<60	62.793	7,9	14.341	7,6	9.294	2,7	10.603	13,7	6.969	16,0
60<100	69.958	8,8	11.172	5,9	21.256	6,2	18.132	23,4	7.343	16,8
>100	485.537	61,4	118.400	62,6	285.688	83,9	39.734	51,3	20.751	47,6
Total	791.208	100,0	189.062	100,0	340.687	100,0	77.477	100,0	43.621	100,0

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 2003.

De otro lado, de la información que aparece en la Tabla 41 se observa que en la Región de Murcia, en el año 2003, respecto a 1997, se ha producido: a) un incremento de la participación de las explotaciones de más de 40 UDE de dimensión económica, y especialmente las de más de 100 UDE, en detrimento de las de menos

de 40 UDE, salvo las comprendidas entre 4 y 6 UDE y 12 y 16 UDE que también han incrementado su participación, **b)** un incremento de la participación en la SAU de las explotaciones de más de 100 UDE en detrimento del resto de explotaciones, y **c)** un incremento de la participación en el MBT de las explotaciones de más de 100 UDE en detrimento del resto de explotaciones.

Tabla 41. Evolución del número de explotaciones murcianas en cultivo hortícola, SAU y MBT en función de la dimensión económica de la explotación medida en UDE

UDE	1997		2003		1997		2003		1997		2003	
	Número	%	Número	%	Has	%	Has	%	MBT	%	MBT	%
<1	75	2,2	0	0,0	59	0,2		0,0	72	0,1	0	0,0
1<2	262	7,8	45	1,6	148	0,4	57	0,1	409	0,3	84	0,0
2<4	545	16,3	148	5,3	1.771	4,9	61	0,1	1.694	1,4	479	0,1
4<6	292	8,7	558	20,0	675	1,9	409	0,7	1.415	1,2	2.680	0,8
6<8	174	5,2	43	1,5	391	1,1	44	0,1	1.160	1,0	292	0,1
8<12	457	13,7	120	4,3	1.304	3,6	218	0,4	4.645	3,8	1.197	0,4
12<16	124	3,7	263	9,4	475	1,3	505	0,9	1.787	1,5	3.761	1,1
16<40	747	22,3	583	20,9	6.046	16,6	4.120	7,5	19.544	16,1	15.956	4,7
40<60	275	8,2	178	6,4	3.615	9,9	1.469	2,7	14.341	11,8	9.294	2,7
60<100	194	5,8	245	8,8	5.538	15,2	4.617	8,4	15.859	13,1	21.256	6,2
>100	199	6,0	611	21,9	16.463	45,1	43.282	79,0	60.190	49,7	285.688	83,9
Total	3.344	100,0	2.794	100,0	36.485	100,0	54.782	100,0	121.116	100,0	340.687	100,0

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

4.2.2.3.- Productividad de la tierra

El grado de intensificación del cultivo hortícola en Murcia supera a la media nacional y al resto de las Comunidades Autónomas (Tabla 42). Por otra parte, se observa que la Región de Murcia incrementó en un 67,1% su productividad en el año 2003, respecto a 1997, valor inferior al de Extremadura (75,7%), pero superior al nacional (18,3%), al de Andalucía (6,7%) y, sobre todo, al de Castilla-La Mancha que descendió el 0,9%.

Tabla 42. Evolución de la productividad de la tierra en cultivo hortícola (UDE/Ha en valor constante de 2003)

CC.AA.	1997	2003	Var. 03/97 (%)
Andalucía	4,4	4,7	6,7
Murcia	3,7	6,2	67,1
Extremadura	1,4	2,5	75,7
Castilla- La Mancha	1,6	1,6	-0,9
Otras	2,6	2,5	-4,2
España	3,2	3,8	18,3

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

Cuando se estudia la variación de la productividad de la tierra en cultivo hortícola de la Región de Murcia en función de la dimensión económica de la explotación se observa (Tabla 43): **a)** la productividad de la tierra se muestra dispar en las 11 clases de explotaciones atendiendo a su dimensión económica, y **b)** si se agregan las explotaciones en dos grupos, las de menos de 40 UDE y las de más, se constata que las primeras tienen una productividad menor que las segundas, tanto en 1997 (2,8 UDE/Ha frente a 3,5 UDE/Ha) como en 2003 (4,5 UDE/Ha frente a 6,4 UDE/Ha).

Tabla 43. Evolución de la productividad de la tierra en el cultivo hortícola (UDE/Ha en valor constante de 2003) en función de la dimensión económica de la explotación

	<1	1<2	2<4	4<6	6<8	8<12	12<16	16<40	40<60	60<100	>100	Total
1997	1,2	2,8	1,0	2,1	3,0	3,6	3,8	3,2	4,0	2,9	3,7	3,3
2003	-	1,5	7,9	6,6	6,6	5,5	7,4	3,9	6,3	4,6	6,6	6,2

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

4.2.3.- Hortalizas en invernadero

4.2.3.1.- *Dimensión territorial*

En 2003, Murcia fue la segunda Comunidad Autónoma con más explotaciones de hortalizas en invernadero (4,5%) y SAU (13,8%), seguida a gran distancia de Andalucía, la primera, con el 82,5% de las explotaciones y el 69,7% de la SAU. En el periodo 1997-2003, Murcia vio incrementado el número de explotaciones en porcentaje similar a la media nacional (23,8%) y a Andalucía, mientras que en la Comunidad Valenciana disminuyeron. En cambio, la SAU de la Región de Murcia sólo creció el 2,7%, valor inferior a la media nacional (23,0%) y, sobre todo, al de Andalucía (32,3%).

La dimensión territorial media de las explotaciones murcianas cuya actividad principal es el cultivo de hortalizas en invernadero era de 7,1 Has en 2003, cifra superior a la media nacional, a la de Andalucía y a la de la Comunidad Valenciana. Sin embargo, en el periodo 1997-2003, el tamaño medio de estas explotaciones murcianas descendió el 16,3%, mientras que en España y la Comunidad Valenciana permaneció casi constante y en Andalucía creció el 9,5% (Tabla 44).

Tabla 44. Evolución del número de explotaciones de hortalizas en invernadero, de la Superficie Agrícola Utilizada (SAU) y del tamaño medio de la explotación

CC.AA.	Número de explotaciones				
	1997		2003		Var. 03/97 (%)
	Número	%	Número	%	
Andalucía	14.670	84,5	17.726	82,5	20,8
Murcia	796	4,6	976	4,5	22,6
C. Valenciana	299	1,7	249	1,2	-16,7
Otras	1.587	9,1	2.533	11,8	59,6
España	17.352	100,0	21.484	100,0	23,8
CC.AA.	Superficie Agrícola Utilizada (Has)				
	1997		2003		Var. 03/97 (%)
	Has	%	Has	%	
Andalucía	26.477	64,8	35.025	69,7	32,3
Murcia	6.751	16,5	6.930	13,8	2,7
C. Valenciana	1.316	3,2	1.093	2,2	-16,9
Otras	6.285	15,4	7.180	14,3	14,2
España	40.829	100,0	50.228	100,0	23,0
CC.AA.	Tamaño medio de las explotaciones (Has)				
	1997		2003		Var. 03/97 (%)
Andalucía	1,8		2,0		9,5
Murcia	8,5		7,1		-16,3
C. Valenciana	4,4		4,4		-0,3
Otras	4,0		2,8		-28,4
España	2,4		2,3		-0,6

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

4.2.3.2.- Dimensión económica

Entre las principales Comunidades Autónomas productoras de hortalizas en invernadero, en 2003, Murcia fue la segunda que más MBT aportó (11,1%), a gran distancia de Andalucía, la primera, que contribuyó con el 68,0%. En el periodo 1997-2003, Murcia disminuyó su MBT el 6,3%, descenso superior al experimentado por la Comunidad Valenciana (-1,5%) y en contraposición a la media nacional y Andalucía que lo han incrementado un 17,9% y un 11,8%, respectivamente. Este descenso del MBT, unido al incremento del número de las explotaciones, produjo un descenso del MBT por explotación del 23,6% en el periodo 1997-2003, mayor que el experimentado por la media nacional (-4,8%) y Andalucía (-7,5%), mientras que en la Comunidad Valenciana aumentó el 18,2%. Sin embargo, la Región de Murcia continúa manteniendo el MBT por explotación más elevado (66,7 UDE), superando el doble de la media nacional (27,3 UDE) y de Andalucía (22,5 UDE), y por encima también de la Comunidad Valenciana con 46,8 UDE (Tabla 45).

Tabla 45. Evolución del Margen Bruto Total y por explotación de las explotaciones de hortalizas en invernadero en UDE constantes de 2003

CC.AA.	Margen Bruto Total (MBT) en UDE				Var. 03/97 (%)
	1997		2003		
	Número	%	Número	%	
Andalucía	356.439	71,8	398.469	68,0	11,8
Murcia	69.435	14,0	65.074	11,1	-6,3
C. Valenciana	11.836	2,4	11.653	2,0	-1,5
Otras	59.050	11,9	110.559	18,9	87,2
España	496.759	100,0	585.755	100,0	17,9
CC.AA.	Margen Bruto por Explotación en UDE				Var. 03/97 (%)
	1997		2003		
Andalucía	24,3		22,5		-7,5
Murcia	87,2		66,7		-23,6
C. Valenciana	39,6		46,8		18,2
Otras	37,2		43,6		17,3
España	28,6		27,3		-4,8

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

También las explotaciones murcianas de hortalizas en invernadero presentan una polarización elevada y de mayor intensidad que en España y que en las Comunidades Autónomas que se analizan. Como se deduce de la Tabla 46, las que tienen una dimensión económica superior a 100 UDE (6,6%) acaparan el 61,0% de la SAU y aportan el 61,8% del MBT. En cambio, las que tienen una dimensión económica inferior a 16 UDE (30,8%) acaparan sólo el 3,9% de la SAU y el 3,8% del MBT.

Por otra parte, se observa que en la Región de Murcia, en el año 2003, respecto a 1997, se ha producido (Tabla 47): **a)** un incremento de la participación de las explotaciones de más de 40 UDE de dimensión económica y un mantenimiento de las de más de 100 UDE, en detrimento de las de menos de 40 UDE, salvo las comprendidas entre 4 y 6 UDE y 12 y 16 UDE que también han incrementado su participación, **b)** un incremento de la participación en la SAU de las explotaciones entre 40 y 60 UDE y las de más de 100 UDE, en detrimento del resto de explotaciones, y **c)** un ligero incremento de la participación en el MBT de las explotaciones entre 40 y 60 UDE en detrimento del resto de explotaciones, salvo las comprendidas entre 4 y 6 UDE y 12 y 16 UDE.

Tabla 46. Distribución del número de explotaciones de hortalizas en invernadero, SAU y MBT en función de la dimensión económica de la explotación medida en UDE (2003)

UDE	España		Andalucía		Murcia		C. Valenciana	
	Número de explotaciones							
	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
<1	51	0,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1<2	21	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0
2<4	584	2,7	254	1,4	0	0,0	0	0,0
4<6	1.093	5,1	561	3,2	179	18,3	0	0,0
6<8	2.986	13,9	2.705	15,3	0	0,0	0	0,0
8<12	3.062	14,3	2.778	15,7	0	0,0	0	0,0
12<16	3.638	16,9	3.149	17,8	122	12,5	49	19,7
16<40	7.337	34,2	6.438	36,3	248	25,4	172	69,1
40<60	1.494	7,0	1.056	6,0	324	33,2	6	2,4
60<100	721	3,4	535	3,0	39	4,0	6	2,4
>100	497	2,3	250	1,4	64	6,6	16	6,4
Total	21.484	100,0	17.726	100,0	976	100,0	249	100,0
UDE	Superficie Agrícola Utilizada (Has)							
	Has	%	Has	%	Has	%	Has	%
	<1	51	0,1	0	0,0	0	0,0	0
1<2	48	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0
2<4	553	1,1	92	0,3	0	0,0	0	0,0
4<6	1.165	2,3	468	1,3	150	2,2	0	0,0
6<8	2.046	4,1	1.773	5,1	0	0,0	0	0,0
8<12	2.838	5,7	2.590	7,4	0	0,0	0	0,0
12<16	4.268	8,5	3.524	10,1	122	1,8	45	4,1
16<40	14.442	28,8	12.602	36,0	510	7,4	524	47,9
40<60	6.117	12,2	4.198	12,0	1.635	23,6	26	2,4
60<100	4.862	9,7	3.539	10,1	284	4,1	42	3,8
>100	13.838	27,6	6.239	17,8	4.229	61,0	456	41,7
Total	50.228	100,0	35.025	100,0	6.930	100,0	1.093	100,0
UDE	Margen Bruto Total							
	UDE	%	UDE	%	UDE	%	UDE	%
	<1	48	0,0	0	0,0	0	0,0	0
1<2	33	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
2<4	1.848	0,3	816	0,2	0	0,0	0	0,0
4<6	5.343	0,9	2.832	0,7	806	1,2	0	0,0
6<8	21.604	3,7	19.545	4,9	0	0,0	0	0,0
8<12	30.147	5,1	27.524	6,9	0	0,0	0	0,0
12<16	50.569	8,6	43.865	11,0	1.636	2,5	684	5,9
16<40	175.989	30,0	152.652	38,3	5.674	8,7	4.602	39,5
40<60	71.037	12,1	50.639	12,7	14.683	22,6	292	2,5
60<100	53.460	9,1	39.308	9,9	2.726	4,2	454	3,9
>100	175.677	30,0	61.288	15,4	39.549	60,8	5.621	48,2
Total	585.755	100,0	398.469	100,0	65.074	100,0	11.653	100,0

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 2003.

Tabla 47. Evolución del número de explotaciones murcianas de hortalizas en invernadero, SAU y MBT en función de la dimensión económica de la explotación medida en UDE

UDE	1997		2003		1997		2003		1997		2003	
	Número	%	Número	%	Has	%	Has	%	MBT	%	MBT	%
<1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1<2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
2<4	3	0,4	0	0,0	12	0,2	0	0,0	8	0,0	0	0,0
4<6	63	7,9	179	18,3	15	0,2	150	2,2	354	0,6	806	1,2
6<8	17	2,1	0	0,0	19	0,3	0	0,0	111	0,2	0	0,0
8<12	96	12,1	0	0,0	173	2,6	0	0,0	1.002	1,6	0	0,0
12<16	92	11,6	122	12,5	178	2,6	122	1,8	1.202	1,9	1.636	2,5
16<40	275	34,5	248	25,4	1.217	18,0	510	7,4	7.275	11,7	5.674	8,7
40<60	125	15,7	324	33,2	949	14,1	1.635	23,6	6.127	9,9	14.683	22,6
60<100	73	9,2	39	4,0	497	7,4	284	4,1	5.672	9,2	2.726	4,2
>100	52	6,5	64	6,6	3.691	54,7	4.229	61,0	40.189	64,9	39.549	60,8
Total	796	100,0	976	100,0	6.751	100,0	6.930	100,0	61.940	100,0	65.074	100,0

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

4.2.3.3.- Productividad de la tierra

Como se desprende de la Tabla 48 el grado de intensificación de las hortalizas en invernadero en Murcia está por debajo de la media nacional y del resto de Comunidades Autónomas analizadas. Además, se observa que la Región de Murcia disminuyó en un 8,7% su productividad en el año 2003, respecto a 1997, valor inferior al descenso experimentado por Andalucía (-15,5%), pero superior al nacional (-4,1%) y, sobre todo, al de la Comunidad Valenciana que lo incrementó el 18,5%.

Tabla 48. Evolución de la productividad de la tierra en hortalizas en invernadero (UDE/Ha en valor constante de 2003)

CC.AA.	1997	2003	Var. 03/97 (%)
Andalucía	13,5	11,4	-15,5
Murcia	10,3	9,4	-8,7
C. Valenciana	9,0	10,7	18,5
Otras	9,4	15,4	63,9
España	12,2	11,7	-4,1

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

De otro lado, cuando se analiza la variación de la productividad de la tierra en la Región de Murcia en función de la dimensión económica de la explotación de hortalizas en invernadero se observa (Tabla 49): **a)** la productividad de la tierra se muestra dispar en las 11 clases de explotaciones atendiendo a su dimensión económica, y **b)** si se agregan las explotaciones en dos grupos, las de menos de 40 UDE y las de más, se constata que mientras en 1997 las primeras tienen una productividad menor que las segundas, en 2003 sucede lo contrario.

Tabla 49. Evolución de la productividad de la tierra en hortalizas en invernadero (UDE/Ha en valor constante de 2003) en función de la dimensión económica de la explotación

	<1	1<2	2<4	4<6	6<8	8<12	12<16	16<40	40<60	60<100	>100	Total
1997	-	-	-	5,4	-	-	13,4	11,1	9,0	9,6	9,4	9,4
2003	-	-	0,7	23,6	5,8	5,8	6,8	6,0	6,5	11,4	10,9	9,2

Fuente: Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003.

5.- COMERCIO EXTERIOR

5.1.- Hortalizas

5.1.1.- En el mundo

En el año 2004 las exportaciones mundiales de hortalizas supusieron el 3,3% de la producción, frente al 3,0% del 2000. En este periodo, las exportaciones crecieron el 29,2%, cifra superior al aumento experimentado por la producción (16,8%). Europa es el continente con mayor participación tanto en las exportaciones (42,0%) como en las importaciones (51,9%), presentando un saldo negativo. A continuación figuran América y Asia con aportaciones en torno al 25% en ambas partidas, pero ambos con un saldo comercial positivo.

España exporta la tercera parte (33,8%) de las hortalizas que produce, lo que le sitúa como el principal país exportador (15,2%), seguido de México (11,7%), Países Bajos (11,5%), China (10,1%) y Estados Unidos (8,3%). Todos estos países han incrementado sus envíos al exterior entre 2000-2004, destacando el crecimiento de China (107,0%), país que produce casi la mitad de las hortalizas del mundo, y los Países Bajos (36,9%) que exportan el 77,4% de lo que producen. Las exportaciones de ambos países han crecido por encima de las españolas (16,3%) y, sobre todo, de las de EEUU (7,4%). Otros países de menor importancia, pero cuyas exportaciones han experimentado aumentos significativos, son Honduras (694%), Egipto (142,4%), India (115,4%) y Turquía (58,1%) (Tabla 50).

Estados Unidos es el país que más hortalizas importa, 14,3%, seguido de Alemania (10,8%), Reino Unido (6,8%), Francia y Canadá, con el 6,6%, y Rusia (5,2%), siendo precisamente estos países los que presentan un saldo comercial más deficitario.

5.1.2.- En la Unión Europea

La Unión Europea presenta un elevado déficit en el comercio de hortalizas. Además, este déficit se incrementó en 2004, respecto a 2000, debido a un incremento de las importaciones de mayor cuantía que el de las exportaciones. Casi la totalidad del comercio exterior de hortalizas de la Unión Europea la llevan a cabo sus 15 países iniciales, tanto en el caso de las exportaciones (92,6%) como de las importaciones (91,4%). Los últimos 10 países incorporados también presentan un saldo comercial negativo, aunque de menor cuantía que en los cinco años anteriores (Tabla 51).

Tabla 50. Evolución del comercio mundial de hortalizas (Tm)

Ámbito geográfico	2000					2004					%Var.04/00	
	Export.	%	Import.	%	Saldo	Export.	%	Import.	%	Saldo	Exp.	Imp.
España	3.780.243	16,9	132.672	0,6	3.647.571	4.397.609	15,2	414.938	1,5	3.982.671	16,3	212,8
Países Bajos	2.425.215	10,8	722.250	3,2	1.702.965	3.320.704	11,5	991.980	3,5	2.328.724	36,9	37,3
Francia	860.958	3,8	1.545.383	6,9	-684.425	868.927	3,0	1.859.611	6,6	-990.684	0,9	20,3
Bélgica	713.614	3,2	925.742	4,1	-212.128	827.365	2,9	1.033.202	3,6	-205.837	15,9	11,6
Alemania	184.410	0,8	2.927.867	13,0	-2.743.457	261.504	0,9	3.056.181	10,8	-2.794.677	41,8	4,4
Reino Unido	59.604	0,3	1.394.176	6,2	-1.334.572	92.330	0,3	1.942.441	6,8	-1.850.111	54,9	39,3
U.E.	9.815.877	43,8	10.131.828	44,9	-315.951	11.884.480	41,1	12.344.636	43,5	-460.156	21,1	21,8
Rusia	41.246	0,2	829.131	3,7	-787.885	43.700	0,2	1.468.477	5,2	-1.424.777	5,9	77,1
Suiza	213	0,0	259.279	1,1	-259.066	202	0,0	266.991	0,9	-266.789	-5,2	3,0
Rumania	10.365	0,0	83.120	0,4	-72.755	10.058	0,0	161.654	0,6	-151.596	-3,0	94,5
Europa	9.984.899	44,6	11.552.517	51,2	-1.567.618	12.161.720	42,0	14.731.933	51,9	-2.570.213	21,8	27,5
China	1.407.129	6,3	793.199	3,5	613.930	2.912.642	10,1	868.468	3,1	2.044.174	107,0	9,5
India	429.776	1,9	12.042	0,1	417.734	925.868	3,2	22.332	0,1	903.536	115,4	85,5
Turquía	299.221	1,3	2.258	0,0	296.963	472.968	1,6	1.695	0,0	471.273	58,1	-24,9
Japón	2.742	0,0	899.549	4,0	-896.807	2.420	0,0	935.949	3,3	-933.529	-11,7	4,0
Asia	4.452.073	19,9	4.651.308	20,6	-199.235	7.392.852	25,5	6.220.179	21,9	1.172.673	66,1	33,7
Egipto	167.997	0,8	123	0,0	167.874	407.241	1,4	1.897	0,0	405.344	142,4	1442,3
Marruecos	254.025	1,1	3.628	0,0	250.397	198.587	0,7	5.678	0,0	192.909	-21,8	56,5
África	613.476	2,7	320.467	1,4	293.009	787.108	2,7	297.632	1,0	489.476	28,3	-7,1
México	2.879.100	12,9	228.998	1,0	2.650.102	3.399.479	11,7	255.155	0,9	3.144.324	18,1	11,4
EE.UU.	2.230.787	10,0	3.361.327	14,9	-1.130.540	2.396.906	8,3	4.070.851	14,3	-1.673.945	7,4	21,1
Canadá	348.752	1,6	1.629.746	7,2	-1.280.994	513.186	1,8	1.868.002	6,6	-1.354.816	47,1	14,6
Argentina	187.059	0,8	87.294	0,4	99.765	333.645	1,2	28.745	0,1	304.900	78,4	-67,1
Honduras	39.240	0,2	9.278	0,0	29.962	311.571	1,1	20.837	0,1	290.734	694,0	124,6
Costa Rica	225.249	1,0	11.348	0,1	213.901	308.967	1,1	7.881	0,0	301.086	37,2	-30,6
América	6.780.130	30,3	5.978.978	26,5	801.152	8.110.571	28,0	7.058.246	24,9	1.052.325	19,6	18,1
Oceanía	562.770	2,5	45.763	0,2	517.007	489.152	1,7	62.358	0,2	426.794	-13,1	36,3
Mundo	22.393.348	100,0	22.549.033	100,0	-	28.941.403	100,0	28.370.348	100,0	571.055	29,2	25,8

Fuente: www.fao.org. (*) = Los datos de 2000 corresponden a la UE-15 y los de 2004 a la UE-25.

Tabla 51. Evolución del comercio de hortalizas en la Unión Europea (Tm)

Ámbito geográfico	2000					2004					%Var.04/00	
	Export.	%	Import.	%	Saldo	Export.	%	Import.	%	Saldo	Exp.	Imp.
España	3.780.243	38,5	132.672	1,3	3.647.571	4.397.609	37,0	414.938	3,4	3.982.671	16,3	212,8
Países Bajos	2.425.215	24,7	722.250	7,1	1.702.965	3.320.704	27,9	991.980	8,0	2.328.724	36,9	37,3
Francia	860.958	8,8	1.545.383	15,3	-684.425	868.927	7,3	1.859.611	15,1	-990.684	0,9	20,3
Bélgica	713.614	7,3	925.742	9,1	-212.128	827.365	7,0	1.033.202	8,4	-205.837	15,9	11,6
Italia	883.386	9,0	441.471	4,4	441.915	789.412	6,6	547.020	4,4	242.392	-10,6	23,9
Polonia	234.086	2,4	219.065	2,2	15.021	473.118	4,0	295.375	2,4	177.743	102,1	34,8
Hungría	180.897	1,8	67.971	0,7	112.926	332.992	2,8	83.809	0,7	249.183	84,1	23,3
Alemania	184.410	1,9	2.927.867	28,9	-2.743.457	261.504	2,2	3.056.181	24,8	-2.794.677	41,8	4,4
Grecia	180.714	1,8	40.994	0,4	139.720	158.017	1,3	102.736	0,8	55.281	-12,6	150,6
Austria	131.384	1,3	291.574	2,9	-160.190	148.513	1,2	356.206	2,9	-207.693	13,0	22,2
Reino Unido	59.604	0,6	1.394.176	13,8	-1.334.572	92.330	0,8	1.942.441	15,7	-1.850.111	54,9	39,3
Irlanda	42.301	0,4	97.857	1,0	-55.556	49.219	0,4	107.128	0,9	-57.909	16,4	9,5
Portugal	20.148	0,2	186.918	1,8	-166.770	46.315	0,4	206.222	1,7	-159.907	129,9	10,3
Dinamarca	15.904	0,2	178.069	1,8	-162.165	30.672	0,3	212.533	1,7	-181.861	92,9	19,4
R. Checa	9.345	0,1	296.638	2,9	-287.293	24.872	0,2	339.248	2,7	-314.376	166,2	14,4
Eslovaquia	44.676	0,5	77.201	0,8	-32.525	18.974	0,2	105.709	0,9	-86.735	-57,5	36,9
Lituania	14.882	0,2	52.073	0,5	-37.191	16.305	0,1	66.931	0,5	-50.626	9,6	28,5
Suecia	6.638	0,1	267.805	2,6	-261.167	14.267	0,1	331.633	2,7	-317.366	114,9	23,8
Chipre	7.762	0,1	4.695	0,0	3.067	7.655	0,1	3.670	0,0	3.985	-1,4	-21,8
Luxemburgo	1.683	0,0	23.678	0,2	-21.995	1.715	0,0	24.223	0,2	-22.508	1,9	2,3
Estonia	1.536	0,0	23.711	0,2	-22.175	1.177	0,0	32.959	0,3	-31.782	-23,4	39,0
Eslovenia	13.089	0,1	75.172	0,7	-62.083	1.107	0,0	68.242	0,6	-67.135	-91,5	-9,2
Letonia	1.325	0,0	52.638	0,5	-51.313	892	0,0	61.389	0,5	-60.497	-32,7	16,6
Finlandia	2.077	0,0	82.362	0,8	-80.285	819	0,0	97.404	0,8	-96.585	-60,6	18,3
Malta	0	0,0	3.846	0,0	-3.846	0	0,0	3.846	0,0	-3.846	-	0,0
U.E. (15)	9.308.279	94,8	9.258.818	91,4	49.461	11.007.388	92,6	11.283.458	91,4	-276.070	18,3	21,9
U.E (10)	507.598	5,2	873.010	8,6	-365.412	877.092	7,4	1.061.178	8,6	-184.086	72,8	21,6
U.E. (25)	9.815.877	100,0	10.131.828	100,0	-315.951	11.884.480	100,0	12.344.636	100,0	-460.156	21,1	21,8

Fuente: www.fao.org.

El país que más exporta, con diferencia, es España (37,0%), seguido de los Países Bajos (27,9%). A continuación figuran Francia (7,3%), Bélgica (7,0%) e Italia (6,6%), pero mientras en el periodo 2000-2004 España, Bélgica y, sobre todo, los Países Bajos han incrementado sus envíos al exterior, en Francia han permanecido estables y en Italia han disminuidos. Los principales importadores de la Unión Europea son Alemania (24,8%), Reino Unido (15,7%), Francia (15,1%), Bélgica (8,4%) y los Países Bajos (8,0%). Todos estos países han aumentado sus importaciones en el periodo 2000-2004, destacando el incremento de los Países Bajos (54,0%), Reino Unido (39,3%) y Francia (20,3%), mientras que las de Alemania tan sólo han crecido el 4,4%.

Los últimos 10 países incorporados han incrementado su contribución a las exportaciones de la Unión Europea desde el 5,2% de 2000 hasta el 7,4% de 2004. En cambio, su contribución a las importaciones ha permanecido fija en el 8,6%. De estos países, el principal exportador es Polonia con el 4,0% del total, tras un elevado incremento de las mismas (102,1%), seguido de Hungría con el 2,8% de participación y un aumento del 84,1%, presentando ambos países un saldo comercial positivo. En este grupo de 10 países los que más importan son la República Checa (2,7%), Polonia (2,4%) y Eslovaquia (0,9%).

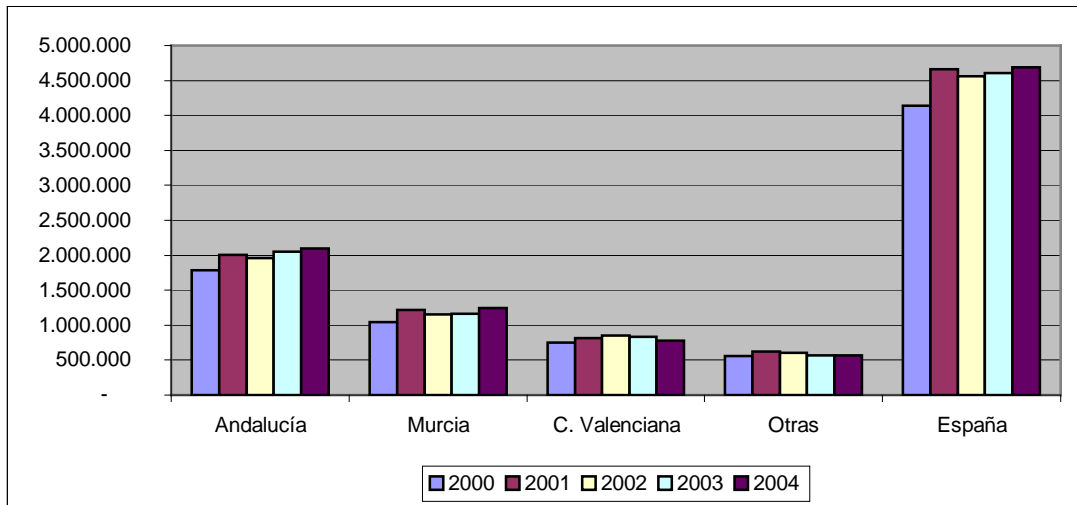
5.1.3.- En España y en la Región de Murcia

Más de la cuarta parte de las exportaciones españolas de hortalizas las realiza Murcia (26,5%), siendo superada tan sólo por Andalucía (44,8%). En el periodo 2002-2004, las exportaciones de hortalizas españolas experimentaron un crecimiento en torno al 13%, debido, sobre todo, al incremento de Murcia (18,7%), ligeramente superior al de Andalucía (17,4%). Ambas regiones consiguieron en el año 2004 las exportaciones más elevadas del periodo 2000-2004 (Tabla 52 y Figura 30).

Tabla 52. Evolución de las exportaciones españolas de hortalizas y del precio por CC.AA. (Valores constantes de 2004)

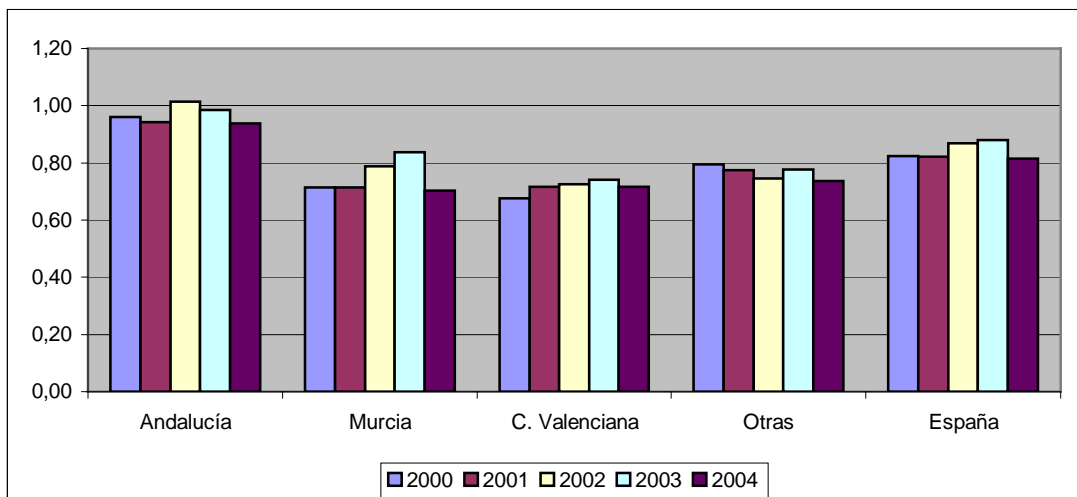
CC.AA.	2000			2004			% Var. 04/00	
	Tm	%	Precio (€/kilo)	Tm	%	Precio (€/kilo)	Tm	Precio
Andalucía	1.790.091	43,2	0,96	2.101.340	44,8	0,94	17,4	-2,2
Murcia	1.045.300	25,2	0,71	1.241.170	26,5	0,70	18,7	-1,7
C. Valenciana	749.467	18,1	0,68	779.082	16,6	0,72	4,0	6,0
Otras	556.595	13,4	0,79	568.099	12,1	0,74	2,1	-7,3
España	4.141.452	100,0	0,82	4.689.690	100,0	0,81	13,2	-1,1

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

Figura 30. Evolución de las exportaciones españolas de hortalizas por CC.AA. (Tm)

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

En cuanto a los precios de los productos comercializados en el exterior, cabe destacar tres aspectos: **a)** el incremento durante los años 2002 y 2003, tanto en el plano regional como en el nacional, y el descenso en 2004 hasta niveles, incluso, de antes de 2002, **b)** la inferioridad de los alcanzados por las exportaciones murcianas en los años 2000-2004, respecto a la media nacional y, sobre todo, Andalucía, y **c)** en el mencionado periodo el precio de las exportaciones murcianas descendió un 1,7%, más que la media nacional (-1,1%), pero menos que Andalucía (-2,2%) (Figura 31).

Figura 31. Evolución de los precios de las exportaciones españolas de hortalizas por CC.AA. en Euros/Kg (Valores constantes de 2004)

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

Por otra parte, se aprecia la elevada concentración de las exportaciones murcianas, incluso por encima de las españolas, en la Unión Europea (97,2%) y, de manera especial, en los 15 países iniciales (94,1%). Sin embargo, esta concentración,

aunque en escasa cuantía, ha disminuido en el año 2004, respecto a 2002. El principal receptor de las hortalizas españolas y, sobre todo de las murcianas, es Alemania (30,5%) que, junto al Reino Unido (28,5%), acaparan casi el 45% de las exportaciones españolas y del 60% de las murcianas. A continuación figuran Francia y los Países Bajos, acaparando ambos en torno al 20% de las exportaciones murcianas y del 30% de las españolas (Tabla 53).

Tabla 53. Destino y precios de las exportaciones españolas y murcianas de hortalizas (Valores constantes de 2004)

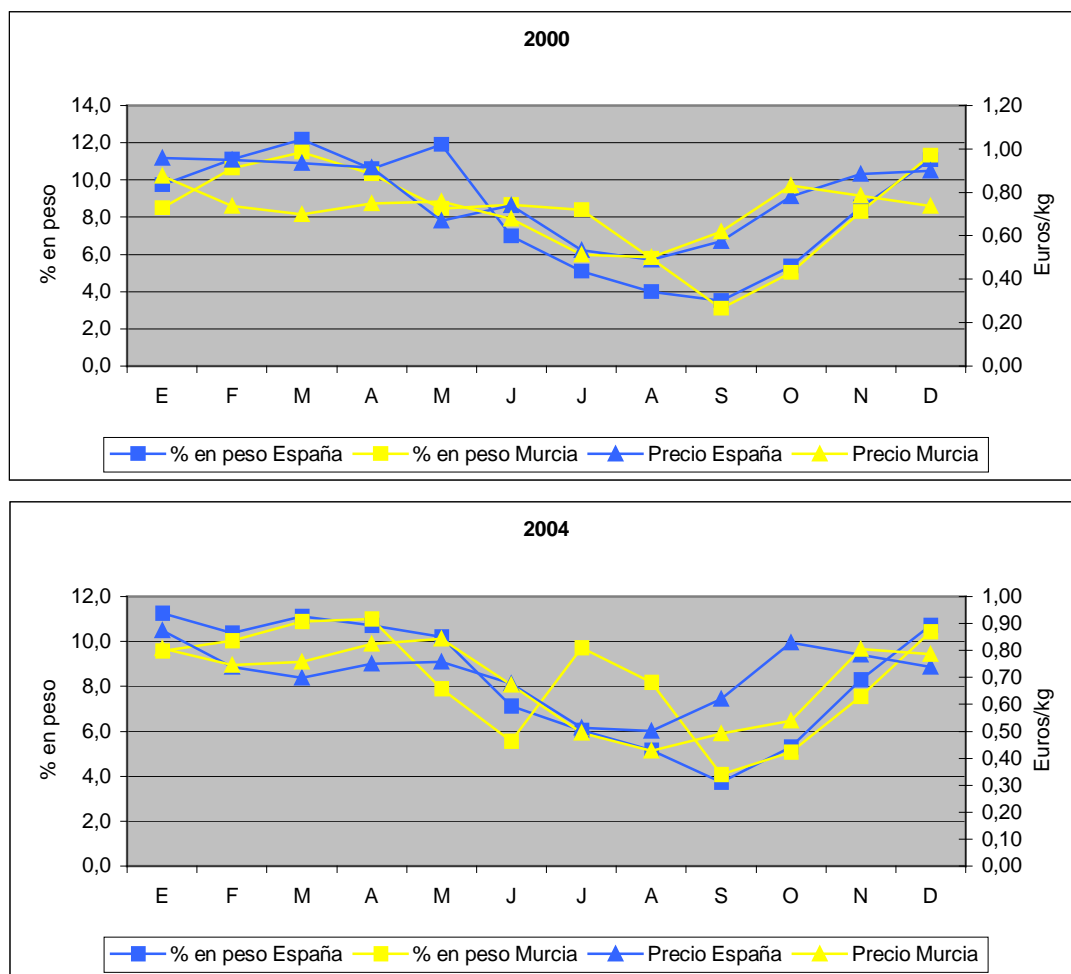
Destino	España						Región de Murcia					
	2000			2004			2000			2004		
	Tm	%	€/kg	Tm	%	€/kg	Tm	%	€/kg	Tm	%	€/kg
Alemania	1.118.083	27,0	0,82	252.069	26,7	0,77	340.590	32,6	0,73	378.438	30,5	0,63
R. Unido	760.443	18,4	0,80	867.529	18,5	0,85	302.484	28,9	0,70	353.392	28,5	0,76
Francia	745.361	18,0	0,90	884.567	18,9	0,87	106.128	10,2	0,85	140.901	11,4	0,68
P. Bajos	550.220	13,3	0,84	567.498	12,1	0,82	93.771	9,0	0,66	111.512	9,0	0,70
Italia	152.261	3,7	1,05	186.647	4,0	1,03	30.172	2,9	0,84	44.890	3,6	0,83
Dinamarca	50.350	1,2	0,80	66.865	1,4	0,78	19.715	1,9	0,68	28.870	2,3	0,70
Austria	71.505	1,7	0,83	69.051	1,5	0,84	26.982	2,6	0,71	26.414	2,1	0,74
Suecia	69.483	1,7	0,76	96.242	2,1	0,86	24.896	2,4	0,64	25.555	2,1	0,76
Portugal	159.898	3,9	0,57	181.693	3,9	0,60	15.762	1,5	0,51	19.030	1,5	0,57
R. Checa	60.961	1,5	0,67	73.822	1,6	0,66	12.609	1,2	0,60	18.208	1,5	0,65
Bélgica	111.751	2,7	0,79	112.400	2,4	0,89	17.000	1,6	0,65	17.336	1,4	0,76
Irlanda	24.354	0,6	0,53	27.057	0,6	0,68	11.711	1,1	0,65	12.880	1,0	0,76
Polonia	42.056	1,0	0,80	56.754	1,2	0,77	4.639	0,4	0,67	11.053	0,9	0,76
Finlandia	35.209	0,9	0,78	35.992	0,8	0,85	8.005	0,8	0,63	8.275	0,7	0,77
Eslovaquia	4.271	0,1	0,71	10.135	0,2	0,63	178	0,0	0,64	4.593	0,4	0,58
Hungría	8.013	0,2	0,65	17.478	0,4	0,74	659	0,1	0,47	2.670	0,2	0,76
Lituania	1.950	0,0	0,57	6.808	0,1	0,53	466	0,0	0,53	1.132	0,1	0,34
Estonia	1.641	0,0	0,67	3.078	0,1	0,80	62	0,0	0,58	401	0,0	0,60
Letonia	2.002	0,0	0,74	5.881	0,1	0,66	326	0,0	0,54	277	0,0	0,32
Grecia	1.056	0,0	1,34	1.382	0,0	0,92	91	0,0	0,54	180	0,0	0,76
Luxemburgo	203	0,0	1,32	822	0,0	0,98	34	0,0	2,15	139	0,0	0,92
Chipre	299	0,0	0,41	107	0,0	0,73	18	0,0	1,09	98	0,0	0,74
Eslovenia	2.691	0,1	0,80	3.605	0,1	0,71	21	0,0	0,87	93	0,0	0,81
Malta	22	0,0	4,13	7	0,0	1,81	2	0,0	1,54	4	0,0	1,44
U.E. (15)	3.850.176	93,0	0,83	4.349.813	92,8	0,82	997.341	95,4	0,72	1.167.811	94,1	0,70
U.E. (10)	123.905	3,0	0,72	177.674	3,8	0,70	18.979	1,8	0,61	38.527	3,1	0,67
U.E (25)	3.974.081	96,0	0,83	4.527.487	96,5	0,82	1.016.320	97,2	0,72	1.206.338	97,2	0,70
Suiza	62.847	1,5	0,71	54.219	1,2	0,90	19.147	1,8	0,54	16.108	1,3	0,81
Noruega	31.471	0,8	0,70	28.958	0,6	0,78	6.218	0,6	0,65	10.820	0,9	0,89
Rusia	4.737	0,1	0,62	18.594	0,4	0,50	788	0,1	0,51	3.071	0,2	0,73
Europa	4.081.905	98,6	0,82	4.650.194	99,2	0,82	1.042.559	99,7	0,71	1.237.717	99,7	0,70
Asia	2.240	0,1	0,89	2.732	0,0	0,51	38	0,0	2,16	121,8	0,0	1,45
Marruecos	3.790	0,1	0,49	4.826	0,1	0,52	41	0,0	0,64	720	0,1	0,70
África	14.688	0,4	0,62	12.392	0,3	0,59	126	0,0	0,85	975	0,1	0,74
América	42.235	1,0	0,99	24.314	0,5	0,64	2.267	0,2	1,38	2.353	0,2	0,63
Oceania	382	0,0	1,10	58	0,0	1,75	310	0,0	0,97	5	0,0	1,78
Mundo	4.141.452	100,0	0,82	4.689.690	100,0	0,81	1.045.300	100,0	0,71	1.241.170	100,0	0,70

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

De los últimos 10 países incorporados a la Unión Europea, los principales destinatarios de las exportaciones murcianas, aunque con adquisiciones de escasa cuantía, son la República Checa (1,5%) y Polonia (0,9%). Asimismo, se observa que se obtienen precios más elevados en las ventas a los 15 países iniciales de la U.E. que en los recientes, destacando, sobre todo en el año 2004, los precios superiores del Reino Unido que, en todos los casos, superan a los obtenidos en el primer mercado de destino, Alemania. Por encima de la media figuran también los precios obtenidos en Italia, Austria, Suecia, Bélgica, Irlanda, Polonia, Suiza y Noruega.

Respecto a la regularidad de los envíos de hortalizas a los mercados exteriores y el comportamiento de los precios se observa lo siguiente: **a)** el descenso de las ventas españolas en los meses de junio, julio, agosto, octubre y, sobre todo, en septiembre, **b)** el descenso de las exportaciones murcianas en los meses de octubre y, sobre todo, en septiembre, y **c)** un descenso de los precios en los meses de julio, agosto y septiembre (Figura 32).

Figura 32. Evolución de los precios y de las exportaciones españolas y murcianas de hortalizas a lo largo del año (Valores constantes de 2004)



Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

5.2.- Lechuga

5.2.1.- En el mundo

En el período 2000-2004 las exportaciones mundiales de lechuga experimentaron un crecimiento similar a la producción (20,6%). Europa es el continente con mayor participación tanto en las exportaciones (60,9%) como en las importaciones (58,6%), duplicando en ambos casos al segundo continente en importancia, América, y presentando los dos continentes un saldo positivo. España exporta más de la mitad de las lechugas que produce, lo que le sitúa como el principal país exportador (36%), seguido de EE.UU. (27,6%), Italia (6,4%) y los Países Bajos (6,0%), país este que exporta mucho más de lo que produce.

Todos estos países han incrementado sus envíos al exterior, en el periodo 2000-2004, por encima del 20%, salvo Italia que los ha disminuido el 7,2%. Mención especial merecen las exportaciones del país que produce casi la mitad de las lechugas del mundo, China, que aunque en 2004 sólo aportó el 3,0% de las exportaciones mundiales, experimentaron un crecimiento del 569,8%, tan sólo superadas por Marruecos (6.828,6%), aunque este país presenta, todavía, una escasa producción (Tabla 54).

Canadá es el país que más lechugas importa, 20,7%, seguido de Alemania con el 17,9% y Reino Unido con el 12,7%, siendo precisamente estos tres países, por este orden, los que presentan un saldo comercial más deficitario. El cuarto país que más importa es Francia (6,0%), seguido de México (4,8%) y Países Bajos (4,6%). Todos estos países, con la excepción de Alemania donde han descendido un 9,8%, han experimentado un incremento de sus importaciones en el periodo 2000-2004, destacando el aumento de los Países Bajos (131,1%). Este país merece una mención especial por su gran capacidad comercial, actuando como lugar de tránsito de lechugas hacia otros países. Para ello realiza compras en el exterior que posteriormente reenvía hacia otros mercados, lo que le convierte en uno de los principales países tanto importadores como exportadores.

Tabla 54. Evolución del comercio mundial de lechuga (Tm)

Ámbito geográfico	2000					2004					%Var.04/00	
	Export.	%	Import.	%	Saldo	Export.	%	Import.	%	Saldo	Exp.	Imp.
España	476.236	36,1	7.830	0,6	468.406	574.134	36,0	19.341	1,3	554.793	20,6	147,0
Italia	110.455	8,4	42.766	3,3	67.689	102.487	6,4	51.041	3,4	51.446	-7,2	19,3
P. Bajos	77.557	5,9	30.007	2,3	47.550	95.760	6,0	69.338	4,6	26.422	23,5	131,1
Francia	75.688	5,7	68.898	5,3	6.790	66.325	4,2	91.555	6,0	-25.230	-12,4	32,9
Alemania	15.812	1,2	301.905	23,3	-286.093	25.778	1,6	272.385	17,9	-246.607	63,0	-9,8
Reino Unido	4.214	0,3	165.655	12,8	-161.441	5.414	0,3	193.104	12,7	-187.690	28,5	16,6
U.E.	848.940	64,3	755.544	58,3	93.396	969.907	60,9	891.543	58,6	78.364	14,2	18,0
Noruega	75	0,0	6.654	0,5	-6.579	38	0,0	9.403	0,6	-9.365	-49,3	41,3
F. Rusia	6	0,0	2.056	0,2	-2.050	-	0,0	4.312	0,3	-4.312	-	109,7
Europa	854.017	64,7	821.393	63,4	32.624	970.553	60,9	952.881	62,6	17.672	13,6	16,0
China	7.196	0,5	30.649	2,4	-23.453	48.198	3,0	25.863	1,7	22.335	569,8	-15,6
Jordania	29.155	2,2	-	-	-	27.642	1,7	-	-	-	-5,2	-
E. Árabes	-	0,0	-	0,0	-	308	0,0	25.340	1,7	-25.032	-	-
Japón	-	0,0	7.030	0,5	-7.030	-	0,0	11.358	0,7	-11.358	-	61,6
Asia	56.358	4,3	77.060	5,9	-20.702	97.558	6,1	98.959	6,5	-1.401	73,1	28,4
Etiopía	1	0,0	-	0,0	1	994	0,1	11	0,0	983	99300,0	-
Marruecos	14	0,0	28	0,0	-14	970	0,1	141	0,0	829	6828,6	403,6
Egipto	329	0,0	5	0,0	324	894	0,1	-	0,0	894	171,7	-
África	1.221	0,1	3.096	0,2	-1.875	3.681	0,2	3.012	0,2	669	201,5	-2,7
EE.UU.	343.683	26,0	35.180	2,7	308.503	439.906	27,6	64.764	4,3	375.142	28,0	84,1
México	20.969	1,6	56.301	4,3	-35.332	42.291	2,7	72.915	4,8	-30.624	101,7	29,5
Canadá	19.142	1,4	283.332	21,9	-264.190	21.651	1,4	314.613	20,7	-292.962	13,1	11,0
Guatemala	16.053	1,2	2	0,0	16.051	9.612	0,6	-	0,0	9.612	-40,1	-
América	404.977	30,7	394.107	30,4	10.870	519.441	32,6	467.039	30,7	52.402	28,3	18,5
Oceanía	3.788	0,3	320	0,0	3.468	1.716	0,1	688	0,0	1.028	-54,7	115,0
Mundo	1.320.361	100,0	1.295.976	100,0	-	1.592.949	100,0	1.522.579	100,0	70.370	20,6	17,5

Fuente: www.fao.org. (*) = Los datos de 2000 corresponden a la UE-15 y los de 2004 a la UE-25.

5.2.2.- En la Unión Europea

La Unión Europea presenta superávit en el comercio de lechuga. Casi la totalidad de su comercio exterior lo llevan a cabo sus 15 países iniciales (99,6% de las exportaciones y 96,8% de las importaciones), destacando España (59,2%), Italia (10,6%), Países Bajos (9,9%), Bélgica (8,5%) y Francia (6,8%), en el caso de las exportaciones, y Alemania (30,6%), Reino Unido (21,7%), Francia (10,3%) y Países Bajos (7,8%) en las importaciones (Tabla 55). Los últimos 10 países incorporados presentan un déficit comercial de 24.965 Tm, siendo el principal exportador Polonia con sólo el 0,3% del total de las exportaciones de la Unión Europea, mientras los que más importan son Eslovenia (1,0%), República Checa y Polonia con el 0,8%.

Tabla 55. Evolución del comercio de lechuga en la Unión Europea (Tm)

Ámbito geográfico	2000					2004					%Var.04/00	
	Export.	%	Import.	%	Saldo	Export.	%	Import.	%	Saldo	Exp.	Imp.
España	476.236	55,8	7.830	1,0	468.406	574.134	59,2	19.341	2,2	554.793	20,6	147,0
Italia	110.455	12,9	42.766	5,6	67.689	102.487	10,6	51.041	5,7	51.446	-7,2	19,3
P. Bajos	77.557	9,1	30.007	3,9	47.550	95.760	9,9	69.338	7,8	26.422	23,5	131,1
Bélgica	82.870	9,7	29.401	3,8	53.469	81.965	8,5	37.756	4,2	44.209	-1,1	28,4
Francia	75.688	8,9	68.898	9,0	6.790	66.325	6,8	91.555	10,3	-25.230	-12,4	32,9
Alemania	15.812	1,9	301.905	39,4	-286.093	25.778	2,7	272.385	30,6	-246.607	63,0	-9,8
Reino Unido	4.214	0,5	165.655	21,6	-161.441	5.414	0,6	193.104	21,7	-187.690	28,5	16,6
Portugal	2.159	0,3	1.304	0,2	855	4.312	0,4	1.355	0,2	2.957	99,7	3,9
Suecia	1.577	0,2	29.726	3,9	-28.149	3.847	0,4	32.417	3,6	-28.570	143,9	9,1
Austria	872	0,1	37.129	4,8	-36.257	3.199	0,3	45.802	5,1	-42.603	266,9	23,4
Polonia	3.753	0,4	4.481	0,6	-728	2.478	0,3	7.435	0,8	-4.957	-34,0	65,9
Dinamarca	623	0,1	20.755	2,7	-20.132	2.192	0,2	25.599	2,9	-23.407	251,8	23,3
Irlanda	401	0,0	6.207	0,8	-5.806	898	0,1	4.486	0,5	-3.588	123,9	-27,7
Estonia	11	0,0	143	0,0	-132	430	0,0	186	0,0	244	3809,1	30,1
R. Checa	131	0,0	3.380	0,4	-3.249	257	0,0	7.063	0,8	-6.806	96,2	109,0
Eslovaquia	215	0,0	272	0,0	-57	103	0,0	607	0,1	-504	-52,1	123,2
Hungría	260	0,0	1.238	0,2	-978	72	0,0	2.274	0,3	-2.202	-72,3	83,7
Lituania	0	0,0	451	0,1	-451	58	0,0	746	0,1	-688	-	65,4
Eslovenia	431	0,1	272	0,0	159	52	0,0	9.184	1,0	-9.132	-87,9	3276,5
Luxemburgo	113	0,0	3.170	0,4	-3.057	48	0,0	2.245	0,3	-2.197	-57,5	-29,2
Grecia	143	0,0	953	0,1	-810	38	0,0	3.297	0,4	-3.259	-73,4	246,0
Finlandia	220	0,0	9.838	1,3	-9.618	33	0,0	13.380	1,5	-13.347	-85,0	36,0
Chipre	5	0,0	198	0,0	-193	26	0,0	234	0,0	-208	420,0	18,2
Letonia	0	0,0	186	0,0	-186	1	0,0	541	0,1	-540	-	190,9
Malta	0	0,0	16	0,0	-16	0	0,0	172	0,0	-172	-	975,0
U.E. (15)	848.940	99,4	755.544	98,6	93.396	966.430	99,6	863.101	96,8	103.329	13,8	14,2
U.E. (10)	4.806	0,6	10.637	1,4	-5.831	3.477	0,4	28.442	3,2	-24.965	-27,7	167,4
U.E. (25)	853.746	100,0	766.181	100,0	87.565	969.907	100,0	891.543	100,0	78.364	13,6	16,4

Fuente: www.fao.org.

5.2.3.- En España y en la Región de Murcia

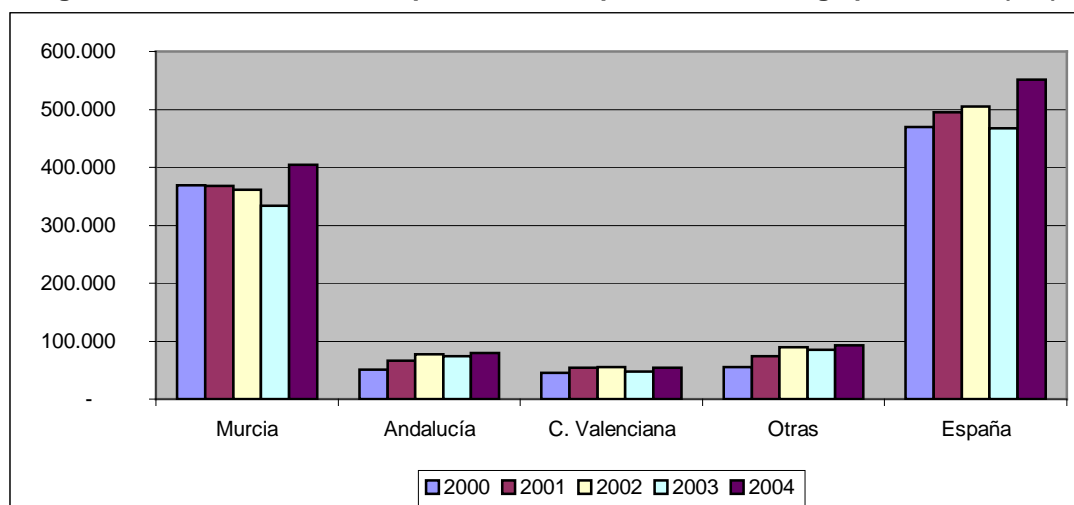
Más del 70% de las exportaciones de lechuga españolas las realiza Murcia, superando en más de 100.000 Tm la cantidad producida, de donde se deduce que parte de las exportaciones murcianas se produce en otras regiones (Tabla 56). Del total de las exportaciones murcianas, en torno al 70% corresponden al tipo acogolladas, lo que hace que la región exporte más del 80% del total de lechugas españolas de este tipo. A esta Comunidad les sigue, a gran distancia, Andalucía, con el 14,5% y la Comunidad Valenciana con el 9,8%. En el periodo 2002-2004, las exportaciones españolas experimentaron un crecimiento del 17,6%, debido sobre todo al incremento de los envíos de Andalucía (56,7%) y, en menor medida, de la Comunidad Valenciana (20,8%) y Murcia (9,5%). Esta última Región experimentó un descenso continuado de sus exportaciones de lechuga desde el año 2000 hasta el 2004, año en que se produjo un gran incremento de las mismas y, por añadidura, de las españolas (Figura 33).

Tabla 56. Evolución de las exportaciones españolas de lechuga y del precio por CC.AA. (Valores constantes de 2004)

CC.AA.	2000			2004			% Var. 04/00	
	Tm	%	Precio (€/kilo)	Tm	%	Precio (€/kilo)	Tm	Precio
Murcia	369.474	78,7	0,63	404.731	73,3	0,74	9,5	18,1
Andalucía	51.037	10,9	0,74	79.992	14,5	0,95	56,7	28,3
C. Valenciana	44.776	9,5	0,77	54.106	9,8	0,87	20,8	12,8
Otras	54.992	11,7	0,73	93.006	16,9	0,92	69,1	26,0
España	469.242	100,0	0,65	551.843	100,0	0,79	17,6	20,0

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

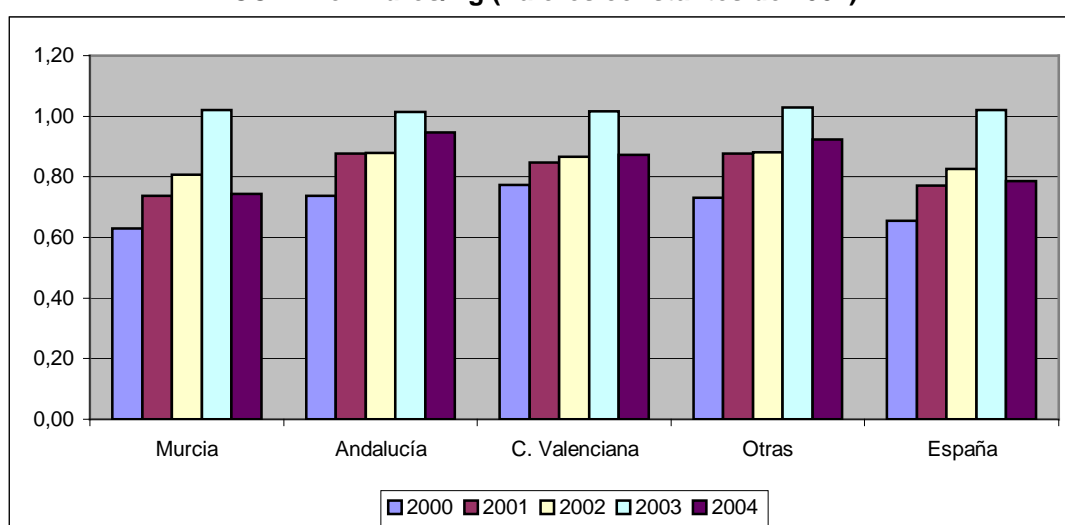
Figura 33. Evolución de las exportaciones españolas de lechuga por CC.AA. (Tm)



Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

En cuanto a los precios de los productos comercializados en el exterior, cabe destacar tres aspectos: **a)** el ligero y continuo crecimiento de los mismos, tanto en el plano regional como en el nacional, **b)** el elevado incremento producido en el año 2003, **c)** la inferioridad de los alcanzados por las exportaciones murcianas en el periodo 2000-2004, respecto a la media nacional, Andalucía y la Comunidad Valenciana, y **d)** en el mencionado periodo el precio de las exportaciones murcianas ha crecido un 18,1%, cifra inferior a la media nacional y, sobre todo, a la correspondiente a Andalucía (Figura 34).

Figura 34. Evolución de los precios de las exportaciones españolas de lechuga por CC.AA. en Euros/Kg (Valores constantes de 2004)



Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

Por otra parte, se aprecia la elevada concentración de las exportaciones murcianas de lechuga, incluso por encima de las españolas, en la Unión Europea (96,8%) y, de manera especial, en los 15 países iniciales (95,4%), si bien es cierto que en el año 2004, respecto al 2000, se ha producido una ligerísima disminución de la misma. El principal receptor de las lechugas españolas y murcianas es Alemania (34,3%) que, junto al Reino Unido (27,4%), acaparan en torno al 60% del total de las exportaciones. De los últimos 10 países incorporados a la Unión Europea, los principales destinatarios, aunque con adquisiciones de escasa cuantía, son Polonia (0,8%) y la República Checa (0,5%). Asimismo, se observa que se obtienen precios más elevados en las ventas a los 15 países iniciales de la U.E. que en los recientes, destacando, sobre todo en el año 2004, los precios más elevados del Reino Unido, Países Bajos, Suecia y Bélgica que, en todos los casos, superan a los obtenidos en el principal mercado de destino, Alemania. Por encima de la media figuran también los precios obtenidos en los reducidos envíos a Noruega (Tabla 57).

Tabla 57. Destino y precios de las exportaciones españolas y murcianas de lechuga (Valores constantes de 2004)

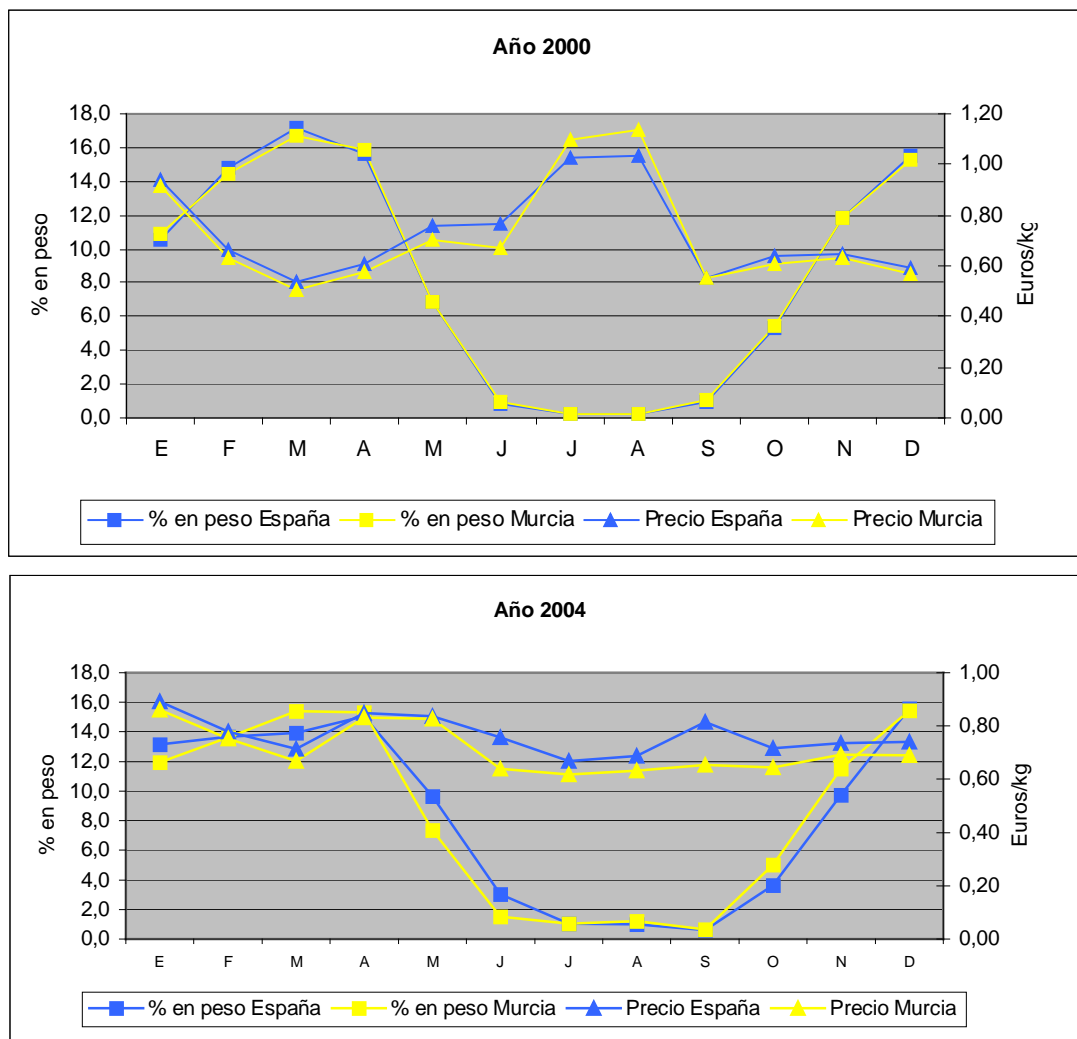
Destino	España						Región de Murcia					
	2000			2004			2000			2004		
	Tm	%	€/kg	Tm	%	€/kg	Tm	%	€/kg	Tm	%	€/kg
Alemania	164.350	35,0	0,62	177.336	32,1	0,72	137.819	37,3	0,58	138.653	34,3	0,67
R. Unido	131.032	27,9	0,69	141.774	25,7	0,84	110.404	29,9	0,67	110.826	27,4	0,81
Francia	24.752	5,3	0,88	57.041	10,3	0,79	11.368	3,1	1,06	32.014	7,9	0,68
P. Bajos	47.353	10,1	0,64	49.677	9,0	0,88	34.035	9,2	0,62	34.367	8,5	0,84
Suecia	20.549	4,4	0,64	25.899	4,7	0,83	16.660	4,5	0,60	16.003	4,0	0,80
Italia	15.723	3,4	0,64	23.161	4,2	0,75	10.101	2,7	0,61	16.964	4,2	0,73
Austria	16.528	3,5	0,58	15.019	2,7	0,74	14.129	3,8	0,56	13.455	3,3	0,73
Dinamarca	12.413	2,6	0,67	14.791	2,7	0,79	10.173	2,8	0,68	10.794	2,7	0,74
Finlandia	7.568	1,6	0,60	7.206	1,3	0,77	6.279	1,7	0,58	5.455	1,3	0,77
Irlanda	5.825	1,2	0,60	5.656	1,0	0,75	4.765	1,3	0,59	4.851	1,2	0,73
Bélgica	4.082	0,9	0,78	4.688	0,8	0,95	2.813	0,8	0,77	2.604	0,6	0,89
Polonia	1.174	0,3	0,56	3.417	0,6	0,58	884	0,2	0,57	3.080	0,8	0,56
R. Checa	843	0,2	0,43	3.307	0,6	0,66	529	0,1	0,41	1.920	0,5	0,67
Hungría	470	0,1	0,40	1.016	0,2	0,64	434	0,1	0,41	674	0,2	0,66
Portugal	737	0,2	1,05	862	0,2	1,08	243	0,1	0,42	123	0,0	0,82
Grecia	86	0,0	0,43	84	0,0	0,83	79	0,0	0,41	38	0,0	1,09
Eslovaquia	7	0,0	0,56	82	0,0	0,57	0	0	-	23	0,0	0,50
Letonia	0	0,0	-	7	0,0	0,62	0	0	-	28	0,0	0,66
U.E. (15)	451.020	96,1	0,66	523.211	94,8	0,79	358.888	97,1	0,63	386.163	95,4	0,74
U.E. (10)	2.523	0,5	0,49	7.872	1,4	0,62	1.847	0,5	0,49	5.725	1,4	0,61
U.E (25)	453.543	96,7	0,66	531.083	96,2	0,79	360.735	97,6	0,63	391.888	96,8	0,74
Noruega	4.887	1,0	0,72	6.417	1,2	0,83	1.255	0,3	0,66	4.522	1,1	0,84
Suiza	602	0,1	0,41	12.333	2,2	0,81	7.196	1,9	0,44	7.417	1,8	0,84
Rusia	259	0,1	0,38	783	0,1	0,29	259	0,1	0,38	616	0,2	0,26
Rumania	26	0,0	0,37	55	0,0	0,47	26	0,0	0,37	55	0,0	0,47
Croacia	20	0,0	0,52	70	0,0	0,60	0	0,0	-	53	0,0	0,60
Ucrania	0	0,0	-	158	0,0	0,70	0	0,0	-	34	0,0	0,71
Europa	469.237	100,0	0,65	551.747	100,0	0,79	369.472	100,0	0,63	404.588	100,0	0,74
E. Árabes	0	0,0	-	59	0,0	1,02	0	0,0	-	50	0,0	1,00
Asia	2	0,0	5,66	0	0,0	-	2	0,0	7,07	50	0,0	1,00
Marruecos	3	0,0	0,75	93	0,0	0,67	1	0,0	0,68	93	0,0	0,67
África	3	0,0	0,75	96	0,0	0,68	1	0,0	1,13	93	0,0	0,67
América	0	0,0	-	0	0,0	-	0	0,0	-	0	0,0	-
Oceanía	0	0,0	-	0	0,0	-	0	0,0	-	0	0,0	-
Mundo	469.242	100,0	0,65	551.843	100,0	0,79	369.474	100,0	0,63	404.731	100,0	0,74

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

Respecto a la regularidad de los envíos de lechugas a los mercados exteriores y el comportamiento de los precios se observa lo siguiente: **a)** una elevada reducción de las ventas exteriores durante los meses de junio, julio, agosto, septiembre y octubre, aunque de menor intensidad en el año 2004, respecto al 2000, **b)** un aumento de los precios en los meses de julio y agosto del año 2000, **c)** un aumento de los precios en

el mes de enero, y **d)** precios de las exportaciones murcianas por debajo de la media nacional para la mayoría de los meses (Figuras 35).

Figura 35. Evolución de los precios y de las exportaciones españolas y murcianas de lechuga a lo largo del año (Valores constantes de 2004)



Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

Por último, señalar el escaso volumen de las importaciones de lechuga, tanto de España (2,8% de las exportaciones) como de la Región de Murcia (1,2% de las exportaciones), representando éstas, en 2004, la tercera parte de las españolas. Asimismo, destaca el importante incremento experimentado este año, respecto a 2000, la procedencia mayoritaria de las mismas de Francia y Reino Unido, y durante los meses de Junio, Julio, Agosto y Septiembre coincidiendo con los de menos exportaciones.

5.3.- Melón

5.3.1.- En el mundo

En el período 2000-2004 las exportaciones mundiales de melón crecieron el 6,9%, cifra inferior al crecimiento experimentado por la producción (38,0%). América es el continente con mayor participación en las exportaciones (59,2%) y Europa en las importaciones (58,6%), lo que hace que mientras el primero presente un saldo comercial positivo en el segundo sea negativo.

España exporta casi la tercera parte los melones que produce, lo que le sitúa como el principal país exportador (22,7%), seguido de Costa Rica (14,0%), Estados Unidos (10,3%), Honduras (10,3%), México (7,7%), Panamá (4,2%) y los Países Bajos (4,3%), país este que exporta mucho más de lo que produce. Todos estos países han incrementado sus envíos al exterior, en el periodo 2000-2004, por encima del 20%, salvo Estados Unidos que los aumentó el 6,6% y México que los disminuyó el 48,3%. Los incrementos más elevados corresponden a Honduras (2.182,2%), Panamá (194,5%) y los Países Bajos (76,4%). Mención especial merecen las exportaciones del país que produce más de la mitad de los melones del mundo, China, que aunque en 2004 sólo aportó el 1,3% de las exportaciones mundiales, experimentaron un crecimiento del 415,7% (Tabla 58).

Estados Unidos es el país que más melones importa, 33,2%, seguido del Reino Unido (9,4%) y Canadá (8,1%), siendo precisamente estos tres países, por este orden, los que presentan un saldo comercial más deficitario. El cuarto país que más importa es Francia (6,7%), seguido de los Países Bajos (6,1%) y Alemania (5,8%). Todos estos países, con la excepción de Estados Unidos, han experimentado un incremento de sus importaciones en el periodo 2000-2004, destacando el aumento de los Países Bajos (54,0%) y de Rusia (145,6%). La gran capacidad comercial de los Países Bajos le permite actuar como lugar de tránsito de melones hacia otros países. Para ello, realiza compras en el exterior que posteriormente reenvía hacia otros mercados, lo que le convierte en uno de los principales países tanto importadores como exportadores de melones.

Tabla 58. Evolución del comercio mundial de melón (Tm)

Ámbito geográfico	2000					2004					%Var.04/00	
	Export.	%	Import.	%	Saldo	Export.	%	Import.	%	Saldo	Exp.	Imp.
España	300.076	19,8	16.366	1,1	283.710	367.584	22,7	49.412	2,8	318.172	22,5	201,9
Países Bajos	39.776	2,6	69.937	4,5	-30.161	70.184	4,3	107.715	6,1	-37.531	76,4	54,0
Francia	41.729	2,8	100.926	6,5	-59.197	34.969	2,2	117.889	6,7	-82.920	-16,2	16,8
Alemania	2.087	0,1	84.435	5,4	-82.348	7.321	0,5	102.147	5,8	-94.826	250,8	21,0
Reino Unido	3.298	0,2	130.206	8,4	-126.908	11.454	0,7	166.566	9,4	-155.112	247,3	27,9
U.E.	425.937	28,1	553.303	35,6	-127.366	538.624	33,3	758.955	42,9	-220.331	26,5	37,2
Serbia	331	0,0	25	0,0	306	229	0,0	403	0,0	-174	-30,8	1.512,0
Rusia	65	0,0	30.281	1,9	-30.216	83	0,0	74.378	4,2	-74.295	27,7	145,6
Suiza	3	0,0	24.763	1,6	-24.760	10	0,0	25.416	1,4	-25.406	233,3	2,6
Europa	426.627	28,2	621.240	40,0	-194.613	539.547	33,3	872.818	49,3	-333.271	26,5	40,5
China	3.953	0,3	18.515	1,2	-14.562	20.385	1,3	15.038	0,8	5.347	415,7	-18,8
Siria	17.243	1,1	0	0,0	17.243	17.125	1,1	0	0,0	17.125	-0,7	-
Israel	17.054	1,1	0	0,0	17.054	12.905	0,8	3	0,0	12.902	-24,3	-
Turquía	6.049	0,4	18	0,0	6.031	6.583	0,4	29	0,0	6.554	8,8	61,1
Irán	118.444	7,8	0	0,0	118.444	6.287	0,4	0	0,0	6.287	-94,7	-
Japón	4	0,0	34.135	2,2	-34.131	6	0,0	44.322	2,5	-44.316	50,0	29,8
Asia	186.892	12,3	86.638	5,6	100.254	89.595	5,5	133.664	7,6	-44.069	-52,1	54,3
Marruecos	13.212	0,9	9	0,0	13.203	12.681	0,8	57	0,0	12.624	-4,0	533,3
África	18.169	1,2	481	0,0	17.688	19.444	1,2	396	0,0	19.048	7,0	-17,7
Costa Rica	176.947	11,7	11	0,0	176.936	226.858	14,0	0	0,0	226.858	28,2	-
EE.UU.	156.711	10,4	690.794	44,5	-534.083	167.033	10,3	587.688	33,2	-420.655	6,6	-14,9
Honduras	7.299	0,5	574	0,0	6.725	166.580	10,3	294	0,0	166.286	2.182,2	-48,8
México	240.903	15,9	8.863	0,6	232.040	124.469	7,7	17.291	1,0	107.178	-48,3	95,1
Panamá	22.956	1,5	15	0,0	22.941	67.601	4,2	6	0,0	67.595	194,5	-60,0
Canadá	73	0,0	130.997	8,4	-130.924	437	0,0	143.805	8,1	-143.368	498,6	9,8
América	870.802	57,5	843.359	54,3	27.443	957.548	59,2	759.486	42,9	198.062	10,0	-9,9
Oceanía	11.581	0,8	2.123	0,1	9.458	12.140	0,8	3.153	0,2	8.987	4,8	48,5
Mundo	1.514.071	100,0	1.553.841	100,0	-39.770	1.618.274	100,0	1.769.517	100,0	-151.243	6,9	13,9

Fuente: www.fao.org. (*) = Los datos de 2000 corresponden a la UE-15 y los de 2004 a la UE-25.

5.3.2.- En la Unión Europea

La Unión Europea presenta un elevado déficit en el comercio de melón. Además, este déficit se ha incrementado en 2004, respecto a 2000, debido a un incremento de las importaciones (35,8%) de mayor cuantía que el de las exportaciones (26,4%). A ello ha contribuido también el déficit de los últimos países incorporados que han visto crecer sus importaciones el 322,4%. Casi la totalidad del comercio exterior de la Unión Europea la llevan a cabo sus 15 países iniciales, sobre todo en el caso de las exportaciones (99,9%) y, en menor medida, de las importaciones (96,8%). (Tabla 59).

El país que más exporta, con diferencia, es España (68,2%), seguido de Países Bajos (13,0%), Francia (6,5%) y Bélgica (4,5%), pero mientras en el periodo 2000-2004 España y Bélgica las incrementaron en torno al 20%, los Países Bajos lo han hecho en el 76,4% y, en cambio, en Francia han disminuido el 16,2%. Los principales importadores de la Unión Europea son el Reino Unido (21,9%), Francia (15,5%), Países Bajos (14,2%) y Alemania (13,5%). Todos estos países han aumentado sus importaciones en el periodo 2000-2004, destacando el incremento de los Países Bajos (54,0%). Los últimos 10 países incorporados apenas exportan el 0,1% del total, siendo el principal exportador la República Checa. En cambio, las importaciones, aunque escasas, son de mayor cuantía (3,2%), destacando las realizadas por la República Checa (0,8%) y Polonia (0,7%).

Tabla 59. Evolución del comercio de melón en la Unión Europea (Tm)

Ámbito geográfico	2000					2004					%Var.04/00	
	Export.	%	Import.	%	Saldo	Export.	%	Import.	%	Saldo	Exp.	Imp.
España	300.076	70,4	16.366	2,9	283.710	367.584	68,2	49.412	6,5	318.172	22,5	201,9
Países Bajos	39.776	9,3	69.937	12,5	-30.161	70.184	13,0	107.715	14,2	-37.531	76,4	54,0
Francia	41.729	9,8	100.926	18,1	-59.197	34.969	6,5	117.889	15,5	-82.920	-16,2	16,8
Bélgica	20.250	4,8	49.829	8,9	-29.579	24.407	4,5	56.911	7,5	-32.504	20,5	14,2
Italia	14.623	3,4	20.619	3,7	-5.996	12.871	2,4	25.552	3,4	-12.681	-12,0	23,9
Reino Unido	3.298	0,8	130.206	23,3	-126.908	11.454	2,1	166.566	21,9	-155.112	247,3	27,9
Alemania	2.087	0,5	84.435	15,1	-82.348	7.321	1,4	102.147	13,5	-94.826	250,8	21,0
Portugal	156	0,0	36.537	6,5	-36.381	3.376	0,6	48.574	6,4	-45.198	2.064,1	32,9
Austria	2.021	0,5	9.036	1,6	-7.015	2.212	0,4	13.719	1,8	-11.507	9,5	51,8
Grecia	1.509	0,4	460	0,1	1.049	1.573	0,3	2.342	0,3	-769	4,2	409,1
Suecia	72	0,0	16.256	2,9	-16.184	1.051	0,2	19.505	2,6	-18.454	1.359,7	20,0
Dinamarca	177	0,0	11.771	2,1	-11.594	712	0,1	15.686	2,1	-14.974	302,3	33,3
R. Checa	0	0,0	0	0,0	0	375	0,1	5.996	0,8	-5.621	-	-
Lituania	10	0,0	480	0,1	-470	147	0,0	1.565	0,2	-1.418	1.370,0	226,0
Irlanda	95	0,0	3.137	0,6	-3.042	124	0,0	4.042	0,5	-3.918	30,5	28,8
Polonia	0	0,0	2.815	0,5	-2.815	81	0,0	5.223	0,7	-5.142	-	85,5
Eslovaquia	123	0,0	286	0,1	-163	54	0,0	2.978	0,4	-2.924	-56,1	941,3
Eslovenia	123	0,0	143	0,0	-20	46	0,0	1.756	0,2	-1.710	-62,6	1.128,0
Hungría	0	0,0	390	0,1	-390	23	0,0	1.346	0,2	-1.323	-	245,1
Letonia	1	0,0	1.063	0,2	-1.062	21	0,0	3.127	0,4	-3.106	2.000,0	194,2
Luxemburgo	65	0,0	1.548	0,3	-1.483	21	0,0	1.757	0,2	-1.736	-67,7	13,5
Estonia	3	0,0	537	0,1	-534	3	0,0	1.660	0,2	-1.657	0,0	209,1
Finlandia	3	0,0	2.240	0,4	-2.237	0	0,0	2.814	0,4	-2.814	-100,0	25,6
Malta	0	0,0	32	0,0	-32	0	0,0	611	0,1	-611	-	1.809,4
U.E. (15)	425.937	99,9	553.303	99,0	-127.366	537.859	99,9	734.631	96,8	-196.772	26,3	32,8
U.E (10)	275	0,1	5.758	1,0	-5.483	765	0,1	24.324	3,2	-23.559	178,2	322,4
U.E. (25)	426.212	100,0	559.061	100,0	-132.849	538.624	100,0	758.955	100,0	-220.331	26,4	35,8

Fuente: www.fao.org.

5.3.3.- En España y la Región de Murcia

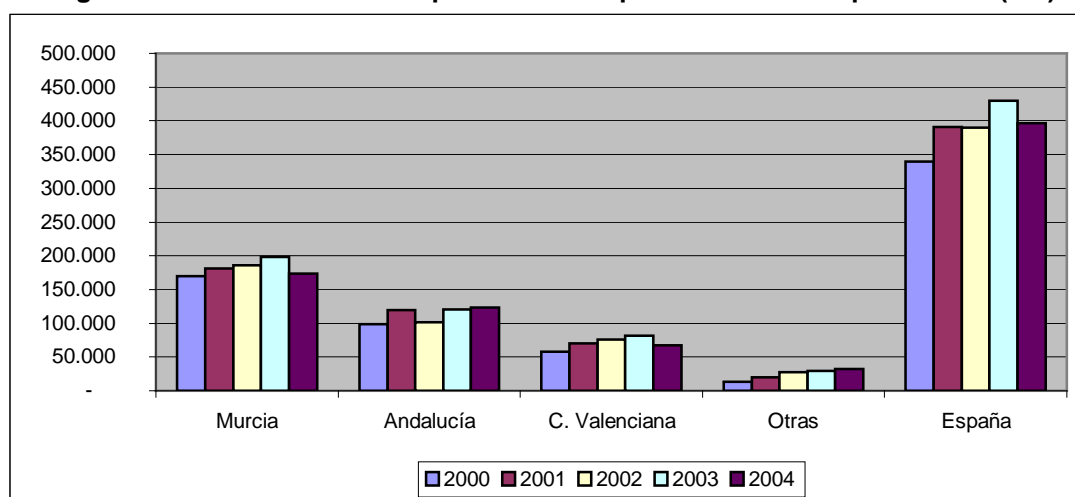
Más del 40% de las exportaciones de melón españolas las realiza Murcia, representando en torno al 70% de su producción. A esta Comunidad le sigue, a gran distancia, Andalucía, con el 31,1% y la Comunidad Valenciana con el 17,0% (Tabla 60). En el periodo 2002-2004, las exportaciones españolas experimentaron un crecimiento del 16,8%, debido sobre todo al incremento de los envíos de Andalucía (25,2%) y, en menor medida, de la Comunidad Valenciana (16,5%) y Murcia (2,4%). Esta última Región experimentó un incremento continuado de sus exportaciones de melón desde el año 2000 hasta el 2004, año en que se produjo un importante descenso de las mismas y, por añadidura, de las españolas (Figura 36).

Tabla 60. Evolución de las exportaciones españolas de melón y del precio por CC.AA. (Valores constantes de 2004)

CC.AA.	2000			2004			% Var. 04/00	
	Tm	%	Precio (€/kilo)	Tm	%	Precio (€/kilo)	Tm	Precio
Murcia	169.674	49,9	0,49	173.757	43,8	0,48	2,4	-1,7
Andalucía	98.523	29,0	0,82	123.352	31,1	0,81	25,2	-0,5
C. Valenciana	57.769	17,0	0,64	67.293	17,0	0,58	16,5	-9,9
Otras	13.743	4,0	0,53	32.393	8,2	0,43	135,7	-17,9
España	339.709	100,0	0,61	396.795	100,0	0,60	16,8	-2,5

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

Figura 36. Evolución de las exportaciones españolas de melón por CC.AA. (Tm)

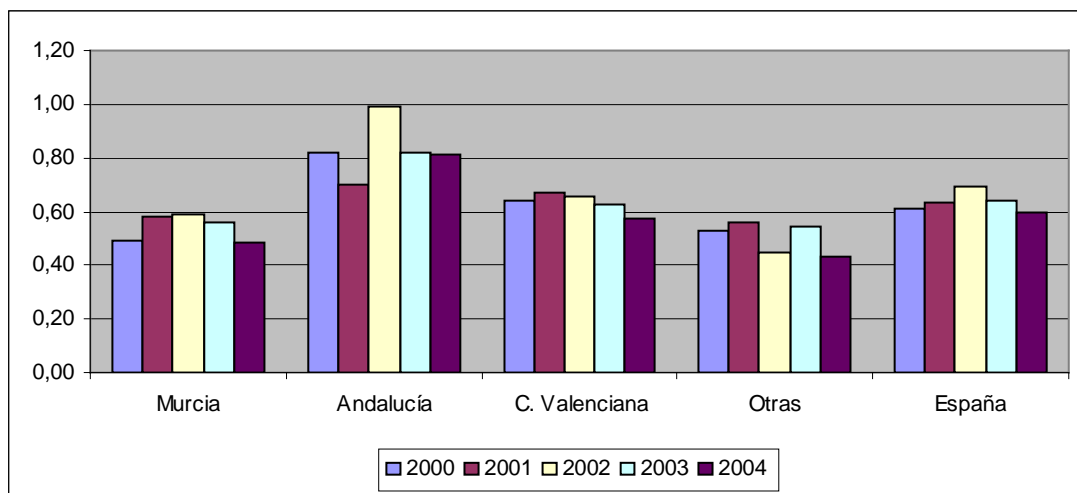


Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

En cuanto a los precios de los productos comercializados en el exterior, cabe destacar tres aspectos: **a)** el crecimiento de los mismos, tanto en el plano regional como en el nacional, desde el año 2000 hasta el 2002 y el descenso desde el 2003 al 2004, **b)** la inferioridad de los alcanzados por las exportaciones murcianas en el

periodo 2000-2004, respecto a la media nacional, la Comunidad Valenciana y, sobre todo, Andalucía, y c) en el mencionado periodo el precio de las exportaciones murcianas descendió un 1,7%, menos que la media nacional (-2,5%), pero más que Andalucía (-0,5%) (Figura 37).

Figura 37. Evolución de los precios de las exportaciones españolas de melón por CC.AA. en Euros/Kg (Valores constantes de 2004)



Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

Por otra parte, se aprecia la elevada concentración de las exportaciones murcianas, incluso por encima de las españolas, en la Unión Europea (97,2%) y, de manera especial, en los 15 países iniciales (96,2%). Además, esta concentración se ha incrementado en el año 2004, respecto a 2002. El principal receptor de los melones españoles y murcianos es el Reino Unido (28,2%) que, junto a Alemania (28,1%), acaparan más del 40% de las exportaciones españolas y del 56% de las murcianas. De los últimos 10 países incorporados a la Unión Europea, los principales destinatarios de las exportaciones murcianas, aunque con adquisiciones de escasa cuantía, son Polonia (0,5%) y la República Checa (0,2%). Asimismo, se observa que se obtienen precios más elevados en las ventas a los 15 países iniciales de la U.E. que en los recientes, destacando, sobre todo en el año 2004, los precios más elevados del Reino Unido, Países Bajos, Suecia y Bélgica que, en todos los casos, superan a los obtenidos en el segundo mercado de destino, Alemania. Por encima de la media figuran también los precios obtenidos en Suiza y los reducidos envíos a Polonia y Noruega (Tabla 61).

**Tabla 61. Destino y precios de las exportaciones españolas y murcianas de melón
(Valores constantes de 2004)**

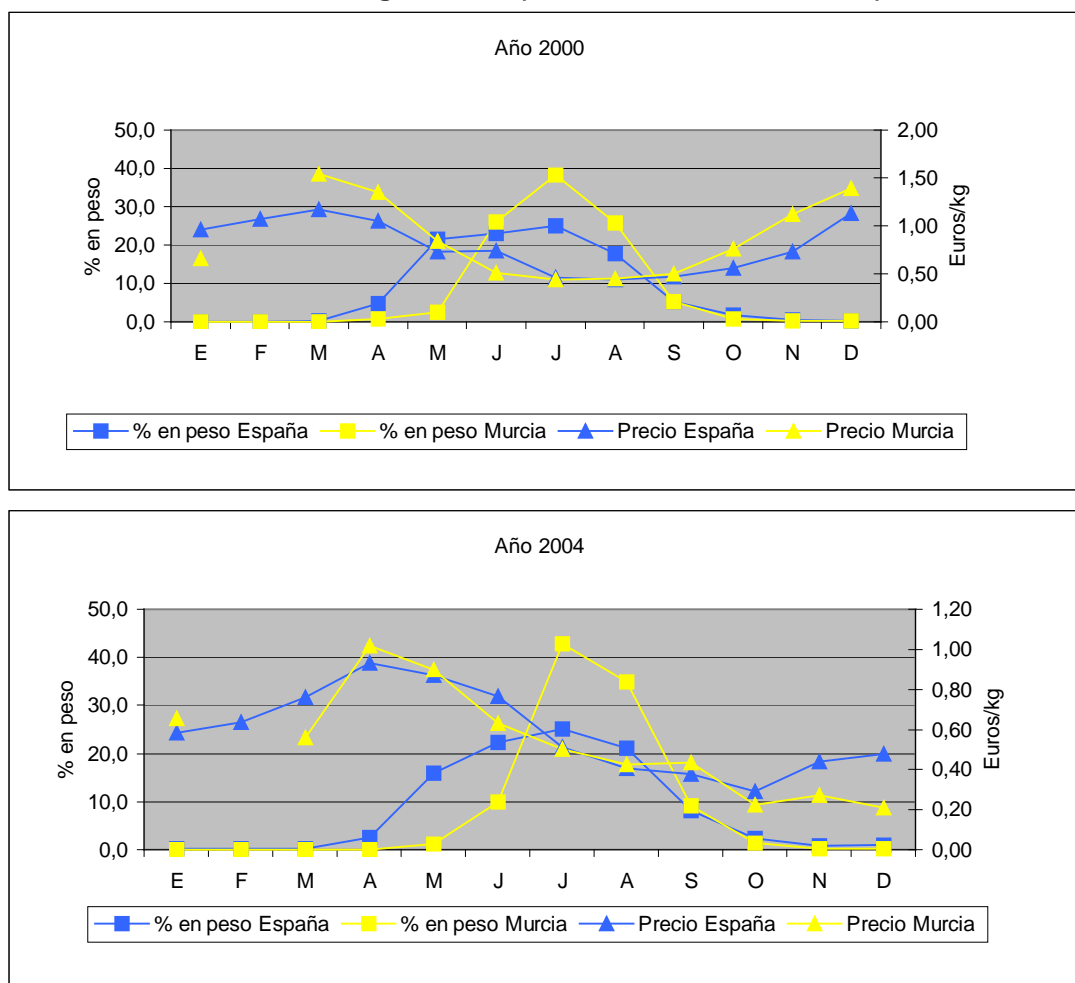
Destino	España						Región de Murcia					
	2000			2004			2000			2004		
	Tm	%	€/kg	Tm	%	€/kg	Tm	%	€/kg	Tm	%	€/kg
Reino Unido	78.179	23,0	0,54	72.882	18,4	0,61	58.950	34,7	0,50	49.009	28,2	0,55
Alemania	66.236	19,5	0,53	91.494	23,1	0,49	37.284	22,0	0,44	48.785	28,1	0,42
P. Bajos	41.727	12,3	0,57	49.792	12,5	0,58	23.595	13,9	0,46	26.044	15,0	0,51
Francia	64.532	19,0	0,86	79.873	20,1	0,78	13.012	7,7	0,66	15.261	8,8	0,47
Portugal	32.433	9,5	0,52	39.798	10,0	0,49	10.045	5,9	0,40	8.262	4,8	0,33
Bélgica	16.901	5,0	0,60	15.405	3,9	0,62	9.046	5,3	0,49	6.742	3,9	0,50
Suecia	7.129	2,1	0,56	10.667	2,7	0,59	4.193	2,5	0,48	5.019	2,9	0,50
Dinamarca	6.413	1,9	0,56	8.508	2,1	0,52	3.248	1,9	0,49	4.871	2,8	0,45
Irlanda	1.871	0,6	0,53	1.576	0,4	0,48	1.565	0,9	0,48	1.280	0,7	0,39
Polonia	1.389	0,4	0,53	2.912	0,7	0,45	51	0,1	0,51	925	0,5	0,54
Italia	5.418	1,6	0,66	5.029	1,3	0,64	581	0,3	0,61	782	0,4	0,45
Austria	1.877	0,6	0,59	1.906	0,5	0,63	692	0,4	0,43	745	0,4	0,48
Finlandia	735	0,2	0,61	708	0,2	0,56	342	0,2	0,51	374	0,2	0,49
R. Checa	127	0,0	0,73	861	0,2	0,47	24	0,0	0,49	332	0,2	0,38
Letonia	241	0,1	0,59	1.187	0,3	0,32	15	0,0	0,62	216	0,1	0,25
Eslovaquia	8	0,0	0,59	177	0,0	0,41	0	0,0	-	84	0,0	0,39
Lituania	129	0,0	0,35	547	0,1	0,30	0	0,0	-	69	0,0	0,25
Luxemburgo	36	0,0	0,95	234	0,1	0,52	0	0,0	-	33	0,0	0,49
Grecia	3	0,0	-	280	0,1	0,96	0	0,0	-	24	0,0	0,25
Hungría	131	0,0	0,91	625	0,2	0,59	5	0,0	0,98	4	0,0	0,49
Estonia	64	0,0	0,51	170	0,0	0,55	0	0,0	-	0	0,0	-
Eslovenia	38	0,0	0,80	4	0,0	0,90	0	0,0	-	0	0,0	-
U.E. (15)	323.489	95,2	0,61	378.152	95,3	0,60	162.553	95,8	0,48	167.230	96,2	0,48
U.E. (10)	2.127	0,6	0,56	6.485	1,6	0,43	295	0,2	0,52	1.630	0,9	0,45
U.E (25)	325.616	95,9	0,61	384.636	96,9	0,60	162.848	96,0	0,48	168.860	97,2	0,48
Suiza	12.034	3,5	0,67	9.616	2,4	0,69	6.591	3,9	0,63	4.266	2,5	0,59
Noruega	1.226	0,4	0,65	1.424	0,4	0,59	211	0,1	0,60	553	0,3	0,57
Islandia	0	0,0	-	13	0,0	0,50	0	0,0	-	7	0,0	0,48
Croacia	12	0,0	0,72	61	0,0	0,71	0	0,0	-	1	0,0	0,70
Rusia	0	0,0	-	17	0,0	1,12	0	0,0	-	0	0,0	0,33
Europa	339.267	99,9	0,61	396.353	99,9	0,60	169.650	100,0	0,49	173.687	100,0	0,48
Singapur	194	0,1	0,63	283	0,1	0,61	22	0,0	0,80	0	0,0	-
Asia	194	0,1	0,64	283	0,1	0,61	22	0,0	0,82	0	0,0	-
Egipto	0	0,0	-	69	0,0	0,47	0	0,0	-	69	0,0	0,47
Argelia	0	0,0	-	1	0,0	1,00	0	0,0	-	1	0,0	1,00
África	7	0,0	0,81	134	0,0	0,60	0	0,0	-	70	0,0	0,47
EE.UU.	99	0,0	0,99	25	0,0	1,17	3	0,0	1,13	0	0,0	-
América	241	0,1	0,73	25	0,0	1,20	3	0,0	1,13	0	0,0	-
Oceanía	0	0,0	-	0	0,0	-	0	0,0	-	0	0,0	-
Mundo	339.709	100,0	0,61	396.795	100,0	0,60	169.674	100,0	0,49	173.757	100,0	0,48

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

Respecto a la regularidad de los envíos de melón a los mercados exteriores y el comportamiento de los precios se observa lo siguiente: **a)** la elevada concentración de las ventas exteriores durante los meses de junio, agosto y, sobre todo, en julio,

aunque de menor intensidad en el año 2004, respecto a 2000, **b)** la mayor concentración en estos meses de las exportaciones murcianas que las españolas, y **c)** un descenso de los precios en estos meses respecto a los anteriores (Figura 38).

Figura 38. Evolución de los precios y de las exportaciones españolas y murcianas de melón a lo largo del año (Valores constantes de 2004)



Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

Por último, señalar el escaso volumen de las importaciones de melón en 2004, tanto de España (6,9% de las exportaciones) como, sobre todo, de la Región de Murcia (0,2% de las exportaciones). Asimismo, destaca el importante incremento experimentado este año, respecto a 2000, en España (166,2%) y el descenso en el caso de la Región de Murcia (-92,8%). En cuanto a la procedencia, resalta Brasil y, a gran distancia, Panamá, Marruecos, Costa Rica y Países Bajos en el caso de España, y Marruecos y Panamá en el de Murcia. Por otra parte, las importaciones son mínimas en los meses de Junio, Julio y Agosto coincidiendo con los de las mayores exportaciones.

5.4.- Tomate

5.4.1.- En el mundo

Entre el año 2000 y el 2004 las importaciones y las exportaciones de tomate en el mundo subieron alrededor del 5% (Tabla 62). Por continentes, África ha reducido mucho sus importaciones y exportaciones de tomate, mientras que la tendencia ha sido creciente en el resto de continentes, destacando sobre todo Oceanía, que proporcionalmente es donde más se ha incrementado el comercio de esta hortaliza. Por países, en exportaciones destaca España (con el 21% del total mundial en 2004), seguido de México (18,4%) y Países Bajos (15,9%), mientras que los países que más importan son Estados Unidos (24,5%), Alemania (17,4%), Francia (11,4%) y Reino Unido (8,4%).

5.4.2.- En la Unión Europea

El comercio mundial de tomate está liderado por la Unión Europea. De media, las exportaciones han subido más del 26% en el periodo 2000-2004, y las importaciones en más del 21% (Tabla 63). Los saldos más favorables los tienen España, Países Bajos, Bélgica e Italia. El país que de media más ha aumentado sus importaciones ha sido España, que en sólo cuatro años ha pasado de importar 8.881 Tm a 100.281 Tm. En cuanto a las exportaciones, el país que más ha crecido ha sido Polonia, que ha aumentado en casi cuatro veces el volumen exportado en 2000.

Tabla 62. Evolución del comercio mundial de tomate (Tm)

Ámbito geográfico	2000					2004					% Var. 04/00	
	Export.	%	Import.	%	Saldo	Export.	%	Import.	%	Saldo	Imp.	Exp.
España	859.040	18,6	8.881	0,2	850.159	1.023.028	21,0	100.281	2,6	922.747	1.029,2	19,1
Países Bajos	534.687	11,5	223.681	6,2	311.006	771.848	15,9	386.443	10,2	385.405	72,8	44,4
Bélgica	173.640	3,8	54.361	1,5	119.279	204.503	4,2	67.664	1,8	136.839	24,5	17,8
Italia	119.909	2,6	46.764	1,3	73.145	107.115	2,2	84.870	2,2	22.245	81,5	-10,7
Francia	81.050	1,8	370.257	10,2	-289.207	96.706	2,0	434.293	11,4	-337.587	17,3	19,3
Polonia	9.098	0,2	39.900	1,1	-30.802	36.355	0,7	50.242	1,3	-13.887	25,9	299,6
Alemania	13.395	0,3	625.721	17,3	-612.326	24.518	0,5	660.792	17,4	-636.274	5,6	83,0
Austria	4.519	0,1	45.725	1,3	-41.206	9.689	0,2	48.201	1,3	-38.512	5,4	114,4
Unión Europea *	1.823.234	39,4	1.938.030	53,5	-114.796	2.301.197	47,3	2.351.837	61,8	-50.640	21,4	26,2
Siria	189.648	4,1	0	0,0	189.648	259.945	5,3	14.410	0,4	245.535	-	37,1
Jordania	194.620	4,2	0	0,0	194.620	237.859	4,9	0	0,0	237.859	-	22,2
Turquía	119.899	2,6	-	-	-	235.364	4,8	-	-	-	-	96,3
China	22.583	0,5	112	0,0	22.471	82.878	1,7	50	0,0	82.828	-	267,0
Asia	683.351	14,8	393.873	10,9	289.478	1.039.397	21,4	528.424	13,9	510.973	34,2	52,1
Marruecos	166.699	3,6	0	0,0	166.699	107.365	2,2	30	0,0	107.335	-	-35,6
Egipto	1.745	0,0	37	0,0	1.708	7.188	0,1	0	0,0	7.188	-100,0	311,9
Sudáfrica	7.097	0,2	23	0,0	7.074	6.160	0,1	54	0,0	6.106	134,8	-13,2
África	184.697	4,0	35.423	1,0	149.274	132.544	2,7	5.824	0,2	126.720	-83,6	-28,2
México	689.997	14,9	44.091	1,2	645.906	895.126	18,4	33.776	0,9	861.350	-23,4	29,7
Estados Unidos	208.564	4,5	730.063	20,2	-521.499	212.279	4,4	931.972	24,5	-719.693	27,7	1,8
Canadá	102.213	2,2	172.709	4,8	-70.496	137.163	2,8	174.183	4,6	-37.020	0,9	34,2
América	1.083.665	23,4	1.047.526	28,9	36.139	1.336.321	27,5	1.249.706	32,9	86.615	19,3	23,3
Australia	3.808	0,1	0	0,0	3.808	4.342	0,1	1.759	0,0	2.583	-	-
Nueva Zelanda	219	0,0	2.438	0,1	-2.219	1.980	0,0	4.174	0,1	-2.194	71,2	804,1
Oceania	4.028	0,1	2.768	0,1	1.260	6.328	0,1	6.360	0,2	-32	129,8	57,1
Mundo	4.630.083	100,0	3.622.438	100,0	1.007.645	4.861.840	100,0	3.803.160	100,0	1.058.680	5,0	5,0

Fuente: www.fao.org.

Tabla 63. Evolución del comercio mundial de tomate en la Unión Europea (Tm)

Ámbito geográfico	2000					2004					% Var. 04/00	
	Export.	%	Import.	%	Saldo	Export.	%	Import.	%	Saldo	Exp.	Imp.
España	859.040	47,1	8.881	0,5	850.159	1.023.028	44,5	100.281	4,3	922.747	19,1	1029,2
Países Bajos	534.687	29,3	223.681	11,5	311.006	771.848	33,5	386.443	16,4	385.405	44,4	72,8
Bélgica	173.640	9,5	54.361	2,8	119.279	204.503	8,9	67.664	2,9	136.839	17,8	24,5
Italia	119.909	6,6	46.764	2,4	73.145	107.115	4,7	84.870	3,6	22.245	-10,7	81,5
Francia	81.050	4,4	370.257	19,1	-289.207	96.706	4,2	434.293	18,5	-337.587	19,3	17,3
Polonia	9.098	0,5	39.900	2,1	-30.802	36.355	1,6	50.242	2,1	-13.887	299,6	25,9
Alemania	13.395	0,7	625.721	32,3	-612.326	24.518	1,1	660.792	28,1	-636.274	83,0	5,6
Austria	4.519	0,2	45.725	2,4	-41.206	9.689	0,4	48.201	2,0	-38.512	114,4	5,4
Portugal	2.405	0,1	20.964	1,1	-18.559	5.774	0,3	27.722	1,2	-21.948	140,1	32,2
Reino Unido	5.532	0,3	282.628	14,6	-277.096	4.775	0,2	174.787	7,4	-170.012	-13,7	-38,2
R. Checa	827	0,0	52.666	2,7	-51.839	3.752	0,2	62.934	2,7	-59.182	353,7	19,5
Eslovaquia	7.898	0,4	6.677	0,3	1.221	3.055	0,1	15.338	0,7	-12.283	-61,3	129,7
Lituania	2.502	0,1	6.947	0,4	-4.445	3.007	0,1	14.538	0,6	-11.531	20,2	109,3
Grecia	2.720	0,1	3.727	0,2	-1.007	2.923	0,1	18.779	0,8	-15.856	7,5	403,9
Dinamarca	1.525	0,1	22.203	1,1	-20.678	1.203	0,1	27.401	1,2	-26.198	-21,1	23,4
U.E. (15)	1.800.303	98,7	1.806.436	93,2	-6.133	2.254.134	98,0	2.154.878	91,6	99.256	25,2	19,3
U.E. (25)	1.823.234	100,0	1.938.030	100,0	-114.796	2.301.197	100,0	2.351.837	100,0	-50.640	26,2	21,4

Fuente: www.fao.org.

5.4.3.- En España y en la Región de Murcia

En España, las regiones que más tomate exportan no siempre son las más productoras, ya que Extremadura, que dirige su producción básicamente a la industria, apenas destaca en las cifras de comercio exterior. En el periodo 2000-2004 el volumen nacional exportado ha crecido más del 16% mientras que el precio medio de las cotizaciones ha descendido en más del 14% (Tabla 64). Andalucía exporta más del 43% del total nacional, valor que se ha incrementado un 50% entre 2000 y 2004. También ha aumentado mucho la exportación de tomate Cataluña, mientras que Canarias es la región que más ha reducido sus exportaciones.

Tabla 64. Evolución de las exportaciones españolas de tomate y del precio por CC.AA. (Valores constantes de 2004)

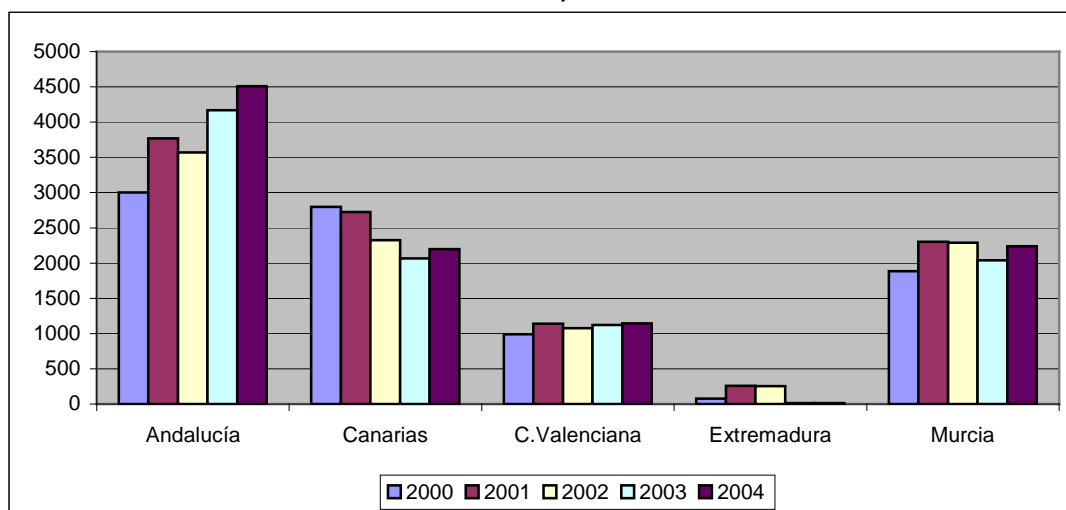
CC.AA.	2000			2004			% Var. 00/04	
	Tm	%	Precio (€/Kg)	Tm	%	Precio (€/Kg)	Tm	Precio
Andalucía	300.269	33,7	1,0	450.834	43,5	0,8	50,1	-15,8
Murcia	188.478	21,1	0,8	223.884	21,6	0,6	18,8	-22,6
Canarias	279.951	31,4	0,8	219.864	21,2	0,7	-21,5	-12,4
C. Valenciana	98.832	11,1	0,9	114.503	11,0	0,8	15,9	-10,3
Cataluña	11.328	1,3	0,7	19.665	1,9	0,6	73,6	-15,7
Otras	12.899	1,5	0,6	8.081	0,8	0,9	-37,4	39,0
España	891.756	100,0	0,9	1.036.832	100,0	0,8	16,3	-14,0

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

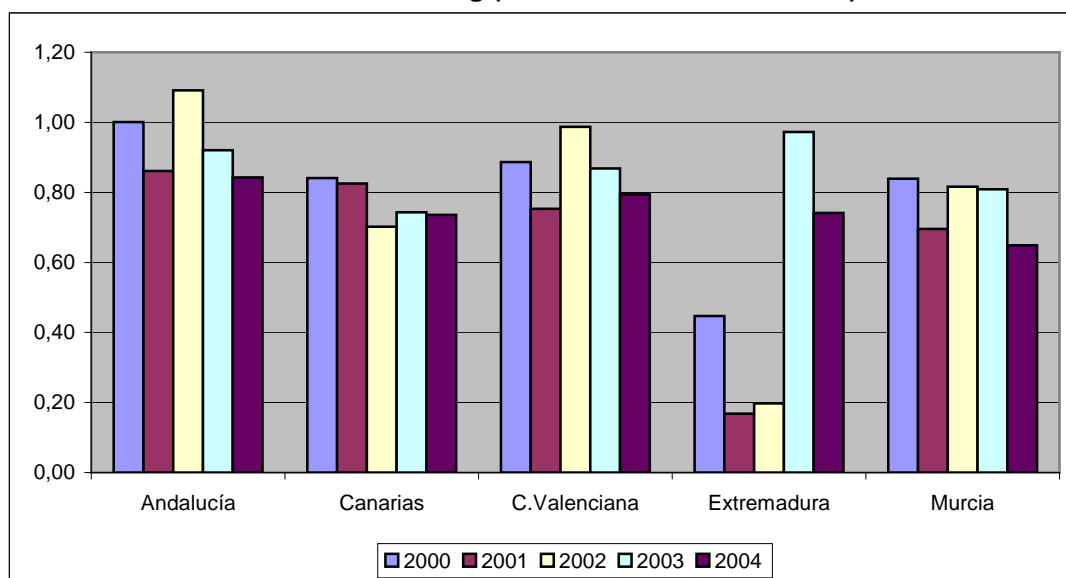
Respecto a los precios medio del tomate exportado, han descendido en las cinco principales comunidades productoras, en valores que han oscilado del 10,3% al 22,6%. En el resto de regiones han crecido un 39%, aunque sobre el volumen exportado a nivel nacional estas últimas representan menos del 1%.

En la Figura 39 se representa la evolución del volumen de exportaciones entre los años 2000 y 2004. Sobresale Andalucía, con tendencia creciente, seguida de Canarias, que tiende a decrecer. Las siguientes autonomías en importancia son la Región de Murcia y la Comunidad Valenciana, mientras que Extremadura, que es la región de mayor producción de tomate, apenas exporta.

En la Figura 40 se observa la variación del precio medio del volumen exportado. Los precios mayores los alcanza el tomate de Andalucía y la Comunidad Valenciana, mientras que los menores, sobre todo entre los años 2000 y 2002, los tuvo Extremadura. Como media general, el precio medio ha oscilado entre 0,7 y 0,85 €/Kg.

Figura 39. Evolución de las exportaciones españolas de tomate por CC.AA. (Miles de Tm)

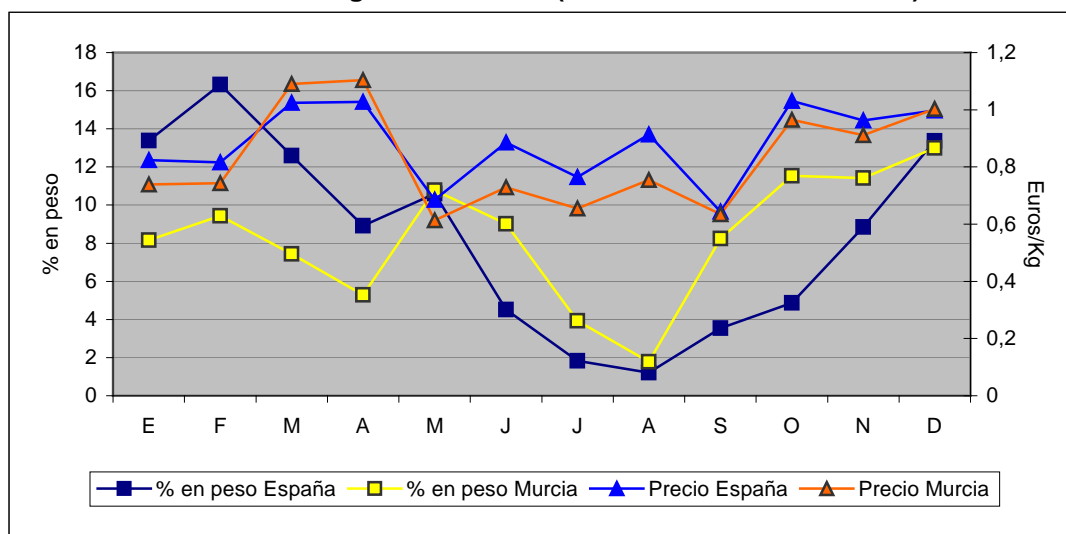
Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

Figura 40. Evolución de los precios de las exportaciones españolas de tomate por CC.AA. en Euros/Kg (Valores constantes de 2004)

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

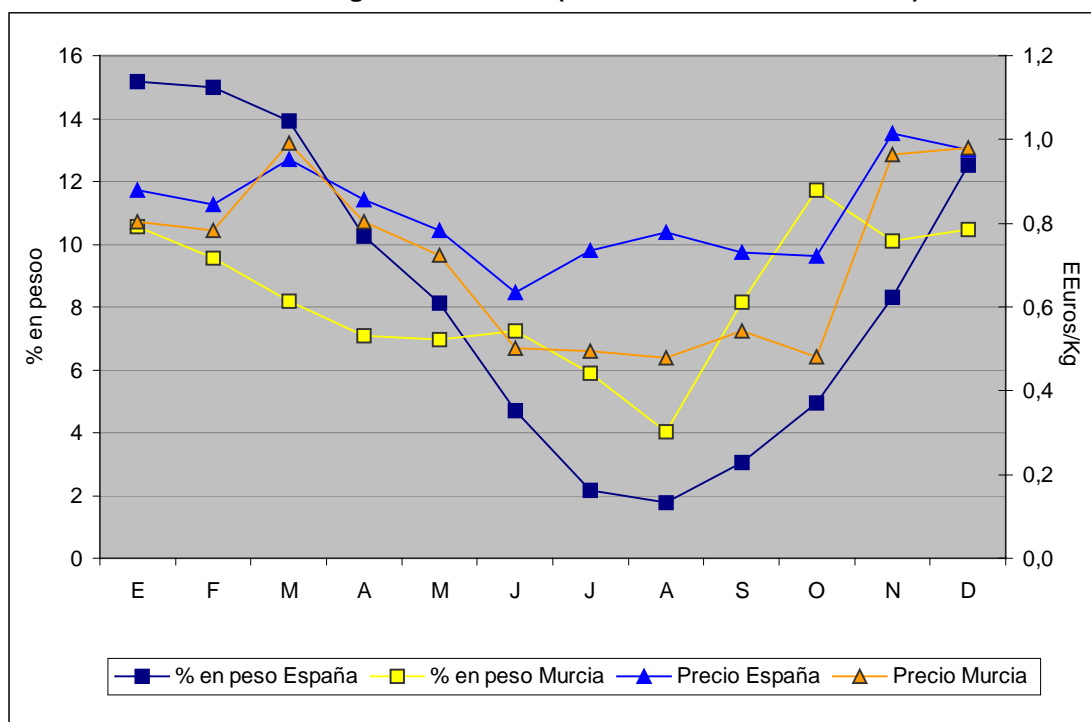
Las Figuras 41 y 42 representan la evolución de los precios y del volumen de exportación de tomate de España y la Región de Murcia en 2000 y 2004 en los distintos meses del año. En volumen, las exportaciones murcianas de tomate superan la media nacional entre los meses de Junio y Noviembre. En precio, los tomates de la Región de Murcia se cotizan ligeramente por debajo de la media nacional a lo largo de todo el año, y tienen sus máximos entre los meses de Marzo-Abril y Noviembre-Diciembre.

Figura 41. Evolución de los precios y de las exportaciones españolas y murcianas de tomate a lo largo del año 2000 (Valores constantes de 2004)



Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

Figura 42. Evolución de los precios y de las exportaciones españolas y murcianas de tomate a lo largo del año 2004 (Valores constantes de 2004)



Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

El destino principal de los tomates españoles es Europa, aunque también hay una pequeña proporción que se destina a EEUU, Canadá o algunos países africanos (Tabla 65). Para los tomates murcianos las exportaciones prácticamente se limitan a los países europeos. Mientras Alemania, Reino Unido, Francia y Países

Bajos son los principales destinos para la producción nacional y murciana, en otros países como República Checa, Italia, Austria, Eslovaquia o Dinamarca la proporción de tomate de Murcia es mayor que el procedente de otras zonas de España.

Tabla 65. Destino y precios de las exportaciones españolas y murcianas de tomate (Valores constantes de 2004)

Destino	España						Región de Murcia					
	2000			2004			2000			2004		
	Tm	%	€/kg	Tm	%	€/kg	Tm	%	€/kg	Tm	%	€/kg
Alemania	188.749	21,2	0,9	246.860	23,8	0,7	80.711	42,8	0,9	86.568	38,7	0,6
R. Unido	171.710	19,3	1,0	208.500	20,1	0,9	34.426	18,3	0,9	54.667	24,4	0,6
Francia	151.279	17,0	0,9	163.094	15,7	0,7	27.686	14,7	0,8	27.116	12,1	0,6
P. Bajos	208.594	23,4	0,9	183.475	17,7	0,8	11.529	6,1	0,9	10.154	4,5	0,6
R. Checa	22.756	2,6	0,6	27.732	2,7	0,6	9.443	5,0	0,6	9.657	4,3	0,5
Italia	23.319	2,6	0,9	32.351	3,1	0,7	7.077	3,8	0,9	8.466	3,8	0,7
Austria	14.940	1,7	1,0	14.398	1,4	0,8	5.858	3,1	0,9	6.349	2,8	0,7
Eslovaquia	1.988	0,2	0,7	6.939	0,7	0,6	2.559	1,4	0,7	4.273	1,9	0,6
Polonia	16.250	1,8	0,6	26.442	2,6	0,7	1.453	0,8	1,3	3.169	1,4	0,7
Dinamarca	3.276	0,4	1,1	4.662	0,4	1,1	1.250	0,7	0,7	2.210	1,0	0,8
Suecia	5.172	0,6	1,0	12.798	1,2	1,0	1.304	0,7	0,9	1.705	0,8	1,2
Portugal	21.714	2,4	0,6	25.390	2,4	0,6	983	0,5	0,9	1.518	0,7	0,5
Europa	883.358	99,1	0,9	1.032.002	99,5	0,8	188.477	100,0	0,8	223.804	100,0	0,6
Asia	-	0,0	-	-	0,0	-	-	0,0	-	-	0,0	-
Liberia	-	0,0	-	82	0,0	1,2	-	0,0	-	29	0,0	1,1
Marruecos	7	0,0	0,3	1	0,0	1,0	-	0,0	-	1	0,0	1,0
Sierra Leona	-	0,0	-	188	0,0	1,3	-	0,0	-	-	0,0	-
Mauritania	586	0,1	0,4	54	0,0	0,4	-	0,0	-	-	0,0	-
C. Verde	1	0,0	1,1	6	0,0	0,5	-	0,0	-	-	0,0	-
África	593	0,1	0,4	333	0,0	1,1	-	0,0	-	30	0,0	1,0
EE.UU.	6.270	0,7	0,8	2.807	0,3	0,6	-	0,0	-	50	0,0	2,1
Canadá	1.535	0,2	0,8	1.690	0,2	0,4	-	0,0	-	-	0,0	-
América	7.805	0,9	0,8	4.497	0,4	0,5	0	0,0	-	50	0,0	2,1
Oceanía	-	0,0	-	-	0,0	-	-	0,0	-	-	0,0	-
Mundo	891.756	100,0	0,9	1.036.832	100,0	0,8	188.478	100,0	0,8	223.884	100,0	0,6

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

5.5.- Pimiento

5.5.1.- En el mundo

El comercio mundial de pimiento ha crecido alrededor de un 34% entre los años 2000 y 2004. Los dos continentes donde más han aumentado las exportaciones e importaciones de pimiento son Oceanía y Asia. Por países, el mayor incremento de las exportaciones lo han tenido Egipto y China, y de importaciones Sudáfrica y Hungría (Tabla 66). El mayor descenso en las exportaciones lo ha tenido México, y en las importaciones Turquía.

Por diferencia entre exportaciones e importaciones, los saldos más favorables los tienen España y Países Bajos, y los menos Estados Unidos y Canadá.

5.5.2.- En la Unión Europea

Los países de la Unión Europea controlan alrededor de la mitad del comercio mundial de pimiento. En los últimos años, la UE ha aumentado sus exportaciones un 18% y sus importaciones un 27% (Tabla 67). Los saldos más favorables a la exportación los tiene España (con el 45,8% del total en el año 2004) y Países Bajos (38,3%). El crecimiento mayor de las exportaciones se ha dado en la República Checa, seguida de Reino Unido y Polonia, mientras que los crecimientos mayores de las importaciones se han producido en España, Hungría y Portugal.

Tabla 66. Evolución del comercio mundial de pimiento (Tm)

Ámbito geográfico	2000					2004					% Var. 04/00	
	Export.	%	Import.	%	Saldo	Export.	%	Import.	%	Saldo	Exp.	Imp.
España	359.854	27,0	3.093	0,2	356.761	798.313	44,4	14.086	0,8	395.437	121,8	355,4
Países Bajos	242.104	18,2	29.889	2,3	212.215	675.032	37,5	77.079	4,5	330.776	178,8	157,9
Francia	23.877	1,8	99.359	7,8	-75.482	54.168	3,0	119.306	7,0	26.157	126,9	20,1
Hungría	39.344	3,0	2.330	0,2	37.014	42.630	2,4	8.742	0,5	25.004	8,4	275,2
Austria	19.366	1,5	41.279	3,2	-21.913	15.953	0,9	52.794	3,1	23.689	-17,6	27,9
Bélgica	13.525	1,0	15.857	1,2	-2.332	15.173	0,8	20.547	1,2	21.622	12,2	29,6
Grecia	2.570	0,2	7.466	0,6	-4.896	3.640	0,2	10.624	0,6	8.853	41,6	42,3
Italia	9.554	0,7	47.442	3,7	-37.888	3.558	0,2	50.512	3,0	7.797	-62,8	6,5
Alemania	4.463	0,3	254.276	20,0	-249.813	2.867	0,2	282.179	16,6	6.916	-35,8	11,0
Unión Europea*	731.225	54,9	708.548	55,7	22.677	863.586	48,0	900.808	52,9	863.586	18,1	27,1
China	5.274	0,4	1.797	0,1	3.477	66.579	3,7	2.177	0,1	64.402	1.162,4	21,1
Israel	20.519	1,5	12	0,0	20.507	65.100	3,6	8	0,0	65.092	217,3	-33,3
Turquía	32.093	2,4	157	0,0	31.936	50.684	2,8	10	0,0	50.674	57,9	-93,6
Jordania	13.680	1,0	0	0,0	13.680	23.021	1,3	20	0,0	23.001	68,3	-
Asia	116.617	8,8	51.251	4,0	65.366	288.833	16,1	103.297	6,1	185.536	147,7	101,6
Marruecos	8.896	0,7	0	0,0	8.896	11.933	0,7	114	0,0	11.819	34,1	-
Egipto	61	0,0	-	-	-	2.244	0,1	-	-	-	3.578,7	-
Zimbabwe	353	0,0	100	0,0	253	541	0,0	10	0,0	531	53,3	-90,0
Sudáfrica	256	0,0	7	0,0	-	340	0,0	456	0,0	-	32,8	6.414,3
África	5.716	0,4	1.086	0,1	4.630	9.670	0,5	1.405	0,1	8.265	69,2	29,4
México	325.144	24,4	3.394	0,3	321.750	66.579	3,7	6.974	0,4	59.605	-79,5	105,5
Estados Unidos	81.416	6,1	346.654	27,2	-265.238	65.100	3,6	445.997	26,2	-380.897	-20,0	28,7
Canadá	26.478	2,0	85.725	6,7	-59.247	50.684	2,8	95.726	5,6	-45.042	91,4	11,7
América	462.092	34,7	454.563	35,7	7.529	288.833	16,1	563.889	33,1	-275.056	-37,5	24,1
Nueva Zelanda	2.770	0,2	635	0,0	2.135	16.078	0,9	1.310	0,1	4.609	480,4	106,3
Australia	820	0,1	506	0,0	314	2.265	0,1	1.855	0,1	1.375	176,2	266,6
Oceanía	3.727	0,3	1.204	0,1	2.523	18.351	1,0	3.335	0,2	5.989	392,4	177,0
Mundo	1.332.178	100,0	1.273.162	100,0	59.016	1.798.287	100,0	1.701.512	100,0	1.798.287	35,0	33,6

Fuente: www.fao.org.

Tabla 67. Evolución del comercio de pimienta en la Unión Europea (Tm)

Ámbito geográfico	2000					2004					% Var. 00/04	
	Export.	%	Import.	%	Saldo	Export.	%	Import.	%	Saldo	Exp.	Imp.
España	359.854	49,2	3.093	0,4	356.761	395.437	45,8	14.086	1,6	381.351	9,9	355,4
Países Bajos	242.104	33,1	29.889	4,2	212.215	330.776	38,3	77.079	8,6	253.697	36,6	157,9
Francia	23.877	3,3	99.359	14,0	-75.482	26.157	3,0	119.306	13,2	-93.149	9,5	20,1
Hungría	39.344	5,4	2.330	0,3	37.014	25.004	2,9	8.742	1,0	16.262	-36,4	275,2
Austria	19.366	2,6	41.279	5,8	-21.913	23.689	2,7	52.794	5,9	-29.105	22,3	27,9
Bélgica	13.525	1,8	15.857	2,2	-2.332	21.622	2,5	20.547	2,3	1.075	59,9	29,6
Grecia	2.570	0,4	7.466	1,1	-4.896	8.853	1,0	10.624	1,2	-1.771	244,5	42,3
Italia	9.554	1,3	47.442	6,7	-37.888	7.797	0,9	50.512	5,6	-42.715	-18,4	6,5
Alemania	4.463	0,6	254.276	35,9	-249.813	6.916	0,8	282.179	31,3	-275.263	55,0	11,0
Polonia	1.252	0,2	15.111	2,1	-13.859	5.788	0,7	17.522	1,9	-11.734	362,3	16,0
Eslovaquia	13.304	1,8	3.550	0,5	9.754	5.733	0,7	6.605	0,7	-872	-56,9	86,1
Portugal	1.310	0,2	4.404	0,6	-3.094	2.562	0,3	9.623	1,1	-7.061	95,6	118,5
R. Checa	103	0,0	34.676	4,9	-34.573	1.325	0,2	33.974	3,8	-32.649	1.186,4	-2,0
Reino Unido	124	0,0	88.073	12,4	-87.949	750	0,1	115.984	12,9	-115.234	504,8	31,7
Dinamarca	138	0,0	14.833	2,1	-14.695	550	0,1	19.251	2,1	-18.701	298,6	29,8
Suecia	129	0,0	22.690	3,2	-22.561	260	0,0	30.419	3,4	-30.159	101,6	34,1
U.E. (15)	677.194	92,6	643.548	90,8	33.646	825.514	95,6	820.814	91,1	4.700	21,9	27,5
U.E. (25)	731.225	100,0	708.548	100,0	22.677	863.586	100,0	900.808	100,0	330.776	18,1	27,1

Fuente: www.fao.org.

5.5.3.- En España y en la Región de Murcia

Entre 2000 y 2004 las exportaciones españolas de pimiento subieron un 7,2% (Tabla 68). En importancia destaca Andalucía, de donde procede el 68% del pimiento español exportado, seguida de la Región de Murcia con el 15,3%, la Comunidad Valenciana con el 12,4% y Cataluña con el 1,7%. Los precios medios a los que se ha cotizado el pimiento han sido de 1,36-1,37 €/kg, valor que porcentualmente se ha incrementado un 0,7% a nivel nacional entre 2000 y 2004.

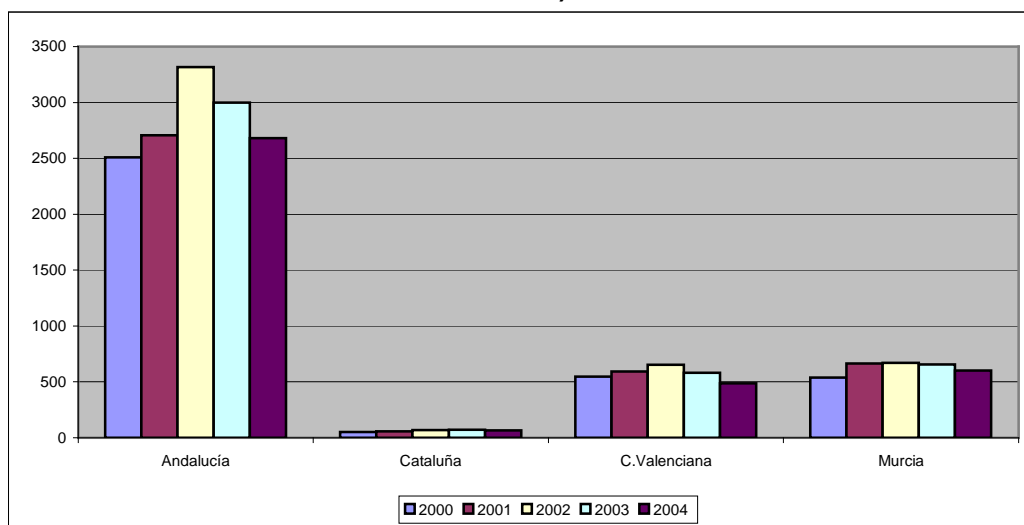
Tabla 68. Evolución de las exportaciones españolas de pimiento y del precio por CC.AA. (Valores constantes de 2004)

CC.AA.	2000			2004			% Var. 00/04	
	Tm	%	Precio (€/Kg)	Tm	%	Precio (€/Kg)	Tm	Precio
Andalucía	250.805	68,5	1,43	268.043	68,3	1,41	6,9	-1,6
Murcia	53.965	14,7	1,22	60.074	15,3	1,22	11,3	0,1
C. Valenciana	54.584	14,9	1,23	48.580	12,4	1,39	-11,0	13,2
Cataluña	5.078	1,4	1,05	6.532	1,7	1,08	28,6	3,4
Otras	1.697	0,5	1,36	9.196	2,3	1,48	441,9	8,9
España	366.127	100,0	1,36	392.425	100,0	1,37	7,18	0,7

Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

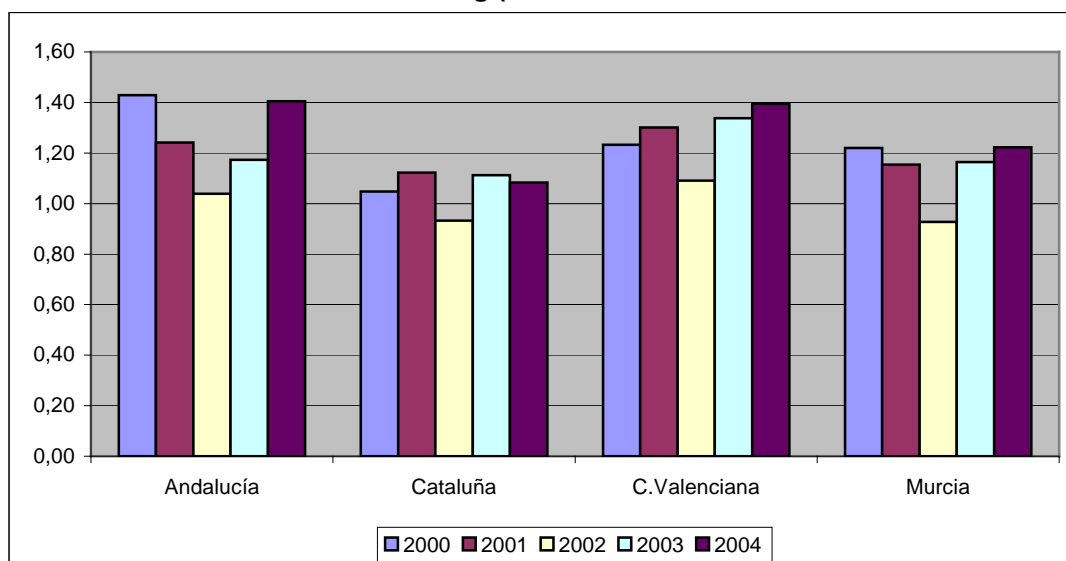
Como se observa en la Figura 43, la mayor proporción de pimiento exportado procede de Andalucía, y en menor medida de Murcia y de la Comunidad Valenciana. Respecto a los precios en destino (Figura 44), más allá de la fluctuación normal interanual, las cotizaciones han sido bastante uniformes para el pimiento, independientemente de su zona de origen.

Figura 43. Evolución de las exportaciones españolas de pimiento por CC.AA. (Miles de Tm)



Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

Figura 44. Evolución de los precios de las exportaciones españolas de pimiento por CC.AA. en Euros/Kg (Valores constantes de 2004)



Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

Respecto al destino, al igual que pasa para el tomate, la mayoría de las exportaciones de pimiento se dirigen a Europa (Tabla 69). Alemania, que sigue siendo el principal destino de la producción, ha reducido sus importaciones entre 2000 y 2004, tanto de Murcia como del resto de España. Porcentualmente España ha aumentado sus exportaciones a Portugal, Países Bajos y Reino Unido, mientras que Murcia las ha aumentado a Francia, Italia, Portugal, Países Bajos y Polonia. Respecto a las cotizaciones, los mayores precios del pimiento español se logran en Polonia y Reino Unido y para el pimiento murciano se consiguen en Polonia y Dinamarca.

La evolución de los precios y del volumen de las exportaciones de pimiento en España y Murcia para 2000 y 2004 en los diferentes meses del año se recoge en las Figuras 45 y 46. En volumen, las exportaciones murcianas de pimiento superan la media nacional entre los meses de abril a septiembre. En precio, los pimientos de la Región de Murcia se cotizan cercanos a la media nacional a lo largo de todo el año, y tienen sus máximos entre los meses de enero a marzo.

Tabla 69. Destino y precios de las exportaciones españolas y murcianas de pimiento (Valores constantes de 2004)

Destino	España						Región de Murcia					
	2000			2004			2000			2004		
	Tm	%	€/kg	Tm	%	€/kg	Tm	%	€/kg	Tm	%	€/kg
Alemania	131.397	35,9	1,4	121.444	30,9	1,4	28.967	53,7	1,4	20.574	34,2	1,3
Francia	67.775	18,5	1,2	72.714	18,5	1,3	10.153	18,8	1,1	13.539	22,5	1,1
Italia	37.453	10,2	1,3	37.429	9,5	1,3	6.339	11,7	0,9	8.171	13,6	1,1
Portugal	4.297	1,2	1,2	11.055	2,8	1,2	1.004	1,9	0,9	4.280	7,1	1,1
P. Bajos	40.224	11,0	1,5	53.150	13,5	1,4	946	1,8	1,0	4.120	6,9	1,2
Polonia	6.831	1,9	2,0	7.151	1,8	1,6	433	0,8	1,8	1.641	2,7	1,5
Austria	8.912	2,4	1,3	5.286	1,3	1,5	3.395	6,3	1,1	1.614	2,7	1,4
R. Checa	13.068	3,6	0,9	11.260	2,9	1,1	1.393	2,6	0,8	1.540	2,6	1,3
R. Unido	26.032	7,1	1,6	33.472	8,5	1,5	276	0,5	1,8	1.459	2,4	1,4
Dinamarca	3.108	0,8	1,6	4.566	1,2	1,5	201	0,4	2,4	981	1,6	1,5
Europa	362.200	98,9	1,4	386.902	98,6	1,4	53.679	99,5	1,2	60.072	100,0	1,2
Asia	-	0,0	-	-	0,0	-	-	0,0	-	-	0,0	-
Liberia	-	0,0	-	9	0,0	2,8	-	0,0	-	-	0,0	-
Mauritania	19	0,0	1,1	6	0,0	1,0	-	0,0	-	-	0,0	-
C. Verde	-	0,0	-	3	0,0	0,7	-	0,0	-	-	0,0	-
Gambia	-	0,0	-	1	0,0	3,0	-	0,0	-	-	0,0	-
África	19	0,0	1,1	19	0,0	1,9	-	0,0	-	3	0,0	1,7
EE.UU.	2.439	0,7	1,0	2.594	0,7	0,7	41	0,1	0,7	-	0,0	-
Canadá	1.224	0,3	1,0	2.910	0,7	0,7	-	0,0	-	-	0,0	-
América	3.663	1,0	1,0	5.504	1,4	0,7	41	0,1	0,7	-	0,0	-
N. Zelanda	224	0,1	0,7	-	0,0	-	224	0,4	0,7	-	0,0	-
Australia	21	0,0	0,8	-	0,0	-	21	0,0	0,8	-	0,0	-
Oceanía	245	0,1	0,7	-	0,0	-	245	0,5	0,7	-	0,0	-
Mundo	366.127	100,0	1,4	392.425	100,0	1,4	53.965	100,0	1,2	60.074	100,0	1,2

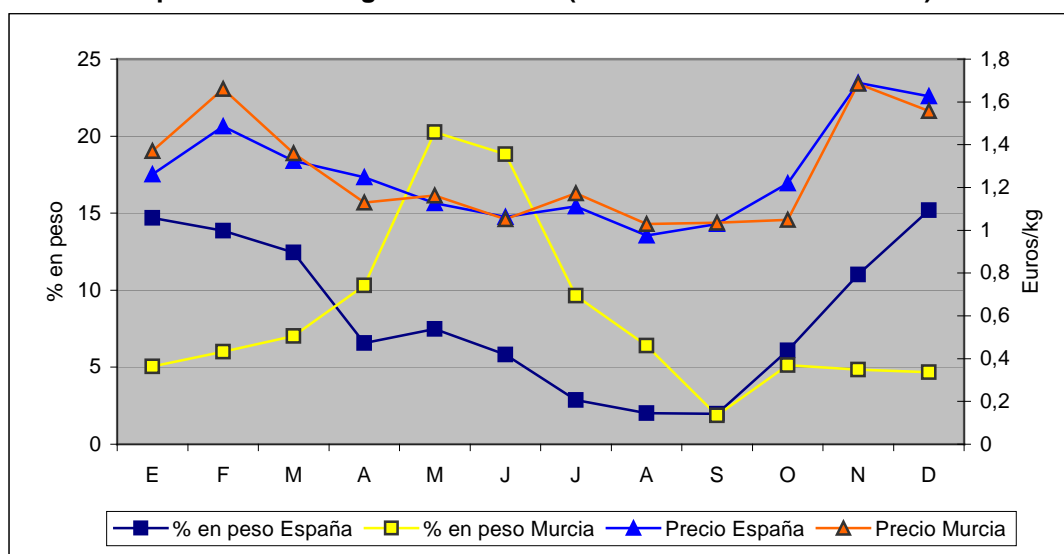
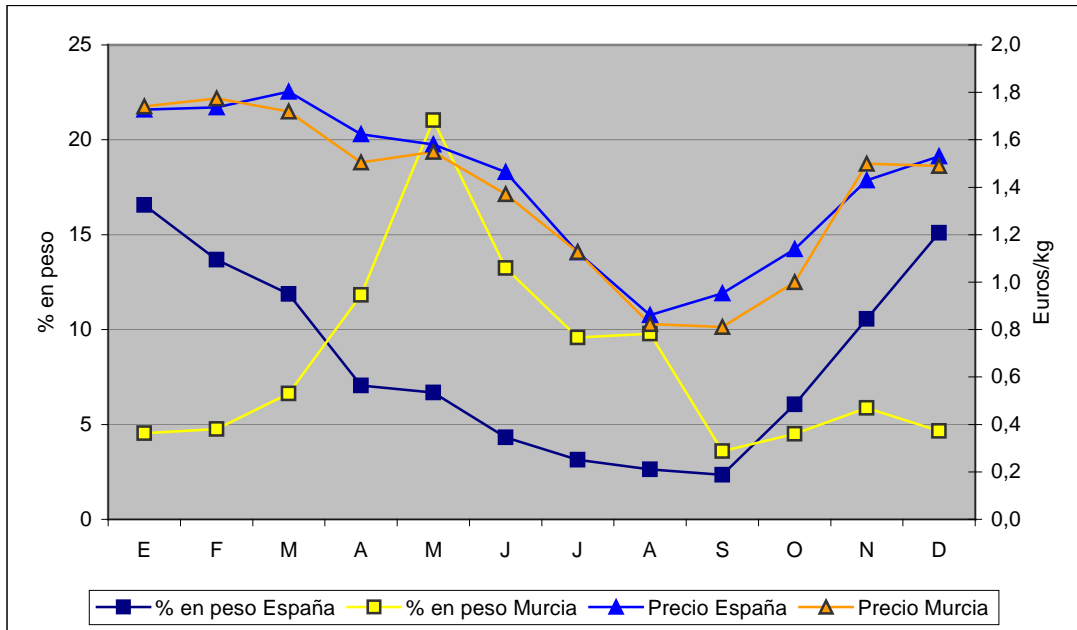
Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.**Figura 45. Evolución de los precios y de las exportaciones españolas y murcianas de pimiento a lo largo del año 2000 (Valores constantes de 2004)**Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

Figura 46. Evolución de los precios y de las exportaciones españolas y murcianas de pimiento a lo largo del año 2004 (Valores constantes de 2004)



Fuente: Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es.

6.- COMERCIALIZACIÓN

6.1.- Principales destinos de la producción

La industria ha sido un destino tradicional de algunas producciones murcianas de hortalizas. La existencia de una potente industria conservera, y ulteriores desarrollos en el área de la congelación, creó innegables sinergias entre el sector agrario y el de transformación, de modo que el primero unas veces destinaba a la industria los destríos y otras los excedentes ante crisis de precios en el mercado en fresco, pero en otras ocasiones, incluso, producía directamente para la transformación. Tras unos años de crisis y reconversión durante la década de los 90, el sector conservero regional ha reducido de forma notable su capacidad, con los subsiguientes efectos sobre la producción agraria.

En cuanto a las principales hortalizas murcianas (Tabla 70), alcachofa y pimiento son las dos que en mayor medida se destinan a transformación. No obstante, la dedicación a industria de la producción de pimiento es bastante residual, dedicándose principalmente destríos, por lo que el porcentaje de transformación apenas si llega a poco más del 8%, inferior a la media nacional. El caso de la alcachofa es distinto ya que sí hay una importante proporción de la producción dedicada a industria, de forma que un 45% de la producción murciana en 2003 se transformó, por encima del 37,5% nacional. El tomate murciano, frente a la media nacional, está dedicado casi en exclusiva al mercado en fresco.

Tabla 70. Destino de la producción de hortalizas (Miles de Tm)

2003	Total	Ventas			
		Consumo en fresco	% Consumo en fresco	Transfor.	% Transform.
Tomate					
Nacional	3.947	2.153	54,5	1.713	43,4
Murcia	426	416	97,7	10	2,3
% MU/Nacional	10,8	19,3		0,6	
Pimiento					
Nacional	1.056	914	86,6	103	9,7
Murcia	159	146	91,8	13	8,2
% MU/Nacional	15,1	16,0		12,6	
Alcachofa					
Nacional	306	185	60,4	115	37,5
Murcia	129	71	55,0	58	45,0
% MU/Nacional	42,2	38,4		50,4	

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. En www.mapa.es.

Por último, otras hortalizas como la lechuga el melón y la sandía, que también son muy importantes en la producción murciana, tienen un destino industrial prácticamente nulo; si acaso algo de cuarta gama en lechuga.

Por su parte, la Tabla 71 muestra que mientras la producción de pimiento aumentó en el periodo 2000 a 2004 en un 26,95%, la transformación lo hizo mucho menos, un 7,7%. En el caso de la alcachofa ocurre lo contrario, aunque tanto la producción total como la transformación aumentaron de forma significativa en el periodo 2000-2004, la transformación lo hizo en mucha mayor medida, dando lugar a que dicho destino gane 11,2 puntos frente al consumo en fresco en dicho periodo.

Tabla 71. Evolución de la transformación murciana de hortalizas

Miles de Tm	2000	2001	2002	2003	2004	% Var. 2000/2004 (%)
Tomate						
Producción total	323	253	310	426	385	19,20
Transformación	40	26	10	10	8	-80,00
%Transfor./Total producción	12,4	10,3	3,2	2,3	2,1	-10,3 puntos
Pimiento						
Producción total	141	147	153	159	179	26,95
Transformación	13	15	12	13	14	7,69
%Transfor./Total producción	9,2	10,2	7,8	8,2	7,8	-1,4 puntos
Alcachofa						
Producción total	99	100	124	129	121	22,22
Transformación	34	34	55	58	55	61,76
%Transfor./Total producción	34,3	34,0	44,4	45,0	45,5	11,2 puntos

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. En www.mapa.es.

6.2.- Análisis del consumo²

Tradicionalmente, el consumo de hortalizas y frutas frescas ha venido siendo uno de los pilares de la dieta mediterránea aunque, al mismo tiempo, la demanda de estos productos también está extendida a un gran número de países y, en consecuencia, parece claro que se han convertido en productos básicos dentro de la alimentación humana (Martín, 2004).

² El análisis que hasta ahora se ha realizado de las hortalizas, relativo sobre todo a la producción y el comercio exterior, incluye como tales al melón, la sandía y la fresa. En cambio, el que se realiza ahora, desde el punto de vista del consumo, las excluye al quedar encuadradas como frutas.

6.2.1.- Hábitos de consumo en España

Consumo Total

El consumo de frutas (incluido cítricos) y verduras se situó en torno a los 7,2 millones de toneladas en 2004, según datos del MAPA. Esto supone un crecimiento del 4,3% respecto a 2003, el incremento más importante del último lustro, situándose el consumo per cápita en 170,5 kg. Esta evolución positiva se habría visto favorecida, además de por las campañas publicitarias que resaltan los valores nutricionales de estos productos, por la llegada de nuevos productos, así como de productos de contratemperada que ofrecen una mayor variedad de oferta y durante todo el año.

Específicamente, durante el año 2004, cada español gastó en torno a 1.266 € en productos de alimentación para consumo en el hogar. Dentro de este gasto, tanto las hortalizas como las frutas frescas tienen una participación muy significativa que, de forma conjunta, alcanza un 15,1%, es decir, 185,41€ per cápita. En consecuencia, este tipo de productos se confirma como la segunda partida en importancia, en términos de gasto, dentro de la alimentación española tras los productos cárnicos y por delante, incluso, de los productos de pesca.

Tabla 72. Evolución de las compras totales (millones de Kg) y per cápita (Kg) de hortalizas en España

Hortaliza	2000		2001		2002		2003		2004		% Var (2004/2000)	
	Total	Per-cáp.	Total	Per-cáp.	Total	Per-cáp.	Total	Per-cáp.	Total	Per-cáp.	Total	Per-cáp.
Lechuga	313	7,8	317	7,9	337	8,3	326	8,0	322,8	7,6	3,1	-2,6
Tomate	637	15,9	651	16,1	647	15,9	686	16,3	731	17,3	14,8	8,8
Pimiento	197	4,9	206	5,1	227	5,6	223	5,5	236	5,6	19,8	14,3
Total	2.503	62,4	2.537	62,9	2.634	64,9	2.731	66,6	2.878	68,2	15,0	9,3

Fuente: Anuarios de la Alimentación en España. MAPA.

En el año 2004 el consumo de hortalizas frescas en España ascendió a 2.878 millones de kilos, habiendo subido el consumo total un 14,9% entre 2000 y 2004 (Tabla 72). El consumo per cápita llegó a 68,2 kilos tras crecer un 5,4% respecto al año anterior. En términos de gasto, en el año 2004 las hortalizas frescas alcanzan una participación significativa que se cifra en un 6%. En consecuencia, conforman la sexta partida en importancia, en términos de gasto, dentro de la alimentación española tras los productos cárnicos, pescados, frutas frescas, derivados lácteos y pan (Cerdeño, 2005). Dentro de las hortalizas el mayor consumo en cantidad corresponde a los tomates, seguidos de cebollas y el conjunto de las lechugas.

Tipología del Consumidor Español de Hortalizas

Lógicamente, el consumo de hortalizas frescas, como el de cualquier otro producto, viene condicionado por las características específicas que tienen los individuos que realizan su demanda. Esto es, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la edad o situación laboral del encargado de realizar las compras, el número de personas que componen el hogar, etc.

Si observamos el comportamiento de todas estas variables con respecto a la media nacional podemos identificar qué características del consumidor son las que aumentan o aminoran la demanda de este tipo de productos (Tabla 73):

- La existencia de niños en el hogar es un factor que influye negativamente en el consumo per cápita de hortalizas, sobre todo si son menores de 6 años. Por el contrario, los hogares sin niños tienen una desviación positiva en el consumo de este tipo de productos alimentarios. No obstante, y aunque sigue estando por debajo de los niveles medios nacionales, se observa una tendencia positiva desde el 2000 a un mayor consumo de hortalizas en los hogares con hijos. Así lo reflejan las tasas de variación para el período 2000-2004 del 49,4% y del 61,8% según la edad de los niños de la familia. No obstante, esto último no refleja la tendencia específica en el consumo per cápita de lechugas, tomates y pimientos que para los hogares con niños menores de 6 años y entre 6 y 15 años el consumo ha descendido desde el 2000.
- De nuevo, la situación laboral del responsable de realizar las compras en el hogar se traduce en desviaciones positivas en el que caso de que no trabaje y, por el contrario, en desviaciones negativas cuando es una persona activa en el mercado laboral.
- La repercusión de la edad del responsable de comprar en el hogar sobre el consumo per cápita de hortalizas ofrece un dato interesante. Cuanto mayor es quien realiza las compras más elevado es el consumo per cápita de hortalizas. Los menores consumos por debajo de la media nacional se centran en los hogares donde las compras las efectúa una persona menor de 35 años. No obstante, la tendencia desde el 2000 es a un descenso en el consumo de hortalizas frescas en general, y de tomates y pimientos en particular, cuando el responsable de las compras es mayor de 65 años.

- El tamaño de la familia es una variable importante para analizar las divergencias en el consumo per cápita. El punto de inflexión entre las desviaciones positivas y las negativas se encuentra en tres miembros. De manera que los hogares con una o dos personas consumen más hortalizas frescas que la media, mientras que sucede lo contrario en los hogares compuestos por tres o más personas.
- Por último, y según la tipología del hogar, las desviaciones positivas por encima del consumo medio nacional se dan en los hogares compuestos por adultos independientes, retirados, parejas adultas sin hijos, parejas con hijos mayores de 17 años y, en menor medida, en los hogares compuestos por jóvenes independientes. Por el contrario, hay un consumo per cápita por debajo de la media en los hogares compuestos por parejas jóvenes sin hijos, o con hijos menores de 17 años, y los hogares monoparentales.

Hay determinados aspectos cualitativos relacionados con el consumo de frutas y hortalizas que son de interés destacar porque nos permiten comprender mejor las decisiones de compra y consumo del consumidor con relación a este tipo de productos. Entre estos aspectos encontramos (Fernández y Saá, 2001):

- El consumo de frutas y hortalizas suele realizarse a lo largo de todo el año, si bien la estación estival favorece un mayor consumo de los mismos debido al elevado contenido de agua de estos productos, sobre todo de la fruta.
- El momento más preferido para consumir frutas y hortalizas son las comidas y las cenas, que acaparan el 96,3% del consumo, siendo algo menor cuando nos referimos a las frutas (83,2%) ya que, aunque en pequeñas cantidades, también son consumidas en torno al 4% en el desayuno, la merienda y al medio día, siendo menor el hábito de cogerlas en casa para consumirlas fuera (2,5%) y después de cenar (0,4%).
- Los responsables de la compra del hogar prefieren elegir ellos mismos las piezas de fruta y hortalizas que compran, siendo muy pocos los que la compran por teléfono dejando a criterio del frutero la selección de las piezas.
- En cuanto a la frecuencia de compra de los productos hortofrutícolas, predomina una compra a la semana con el 43% de las ocasiones, siendo la que menos la mensual, debido al carácter perecedero de estos productos (AECOC, 2002).

Tabla 73. Evolución de las compras per cápita de hortalizas por tipo de comprador (% desviación respecto a la media)

Característica	Total		Lechuga		Tomate		Pimiento	
	2004	%Var (04/00)	2004	%Var (04/00)	2004	%Var (04/00)	2004	%Var (04/00)
Edad del ama de casa								
Menos de 35 años	-43,5	-35,7	-48,5	-53,0%	-46,5	-47,0	-46,4	-33,0
De 35 a 49 años	-24,5	-29,4	-21,8	-87,3	-20,8	-29,6	-27,8	-27,7
De 50 a 64 años	31,1	168,8	22,5	3.690,5	34,7	144,1	37,3	204,8
65 y más años	60,5	-16,7	74,0	1,3	51,8	-13,7	58,3	-30,3
Tamaño familiar								
1	92,5	14,6	102,4	-10,0	77,4	9,0	65,3	38,0
2	64,0	35,4	66,9	28,8	65,3	71,1	74,6	49,7
3	-8,5	-309,7	-12,9	-508,8	-8,7	-236,9	-6,8	-264,2
4	-27,0	-72,0	-23,6	-37,7	-25,8	-99,4	-30,1	-72,2
5 y más	-39,1	-25,6	-41,4	-14,3	-36,5	-28,5	-39,4	-51,3
Hogares con y sin niños								
Sin niños	45,3	151,9	47,3	64,2	44,6	59,6	49,0	54,7
niños < 6 años	-46,9	49,4	-55,6	-39,2	-47,9	-29,0	-51,1	-22,5
niños entre 6 y 15 años	-34,6	61,8	-28,9	-31,6	-32,3	-40,8	-39,5	-52,8
Actividad del ama de casa								
Trabaja fuera de casa	-21,3	76,6	-23,6	-97,0	-18,0	-58,7	-20,8	-12,5
Trabaja en casa	13,5	115,3	17,2	133,1	11,9	75,3	11,7	17,7
Tipología de la familia**								
Jóvenes independientes	2,3		-7,6		6,9		-6,8	
Parejas jóvenes sin hijos	-5,6		-4,1		-7,3		-9,2	
Parejas jóvenes con hijos < 7 años	-46,9		-55,6		-47,9		-51,1	
Parejas con hijos de 7 a 17 años	-32,9		-28,9		-29,4		-34,8	
Parejas con hijos mayores de 17 años	9,6		11,8		10,4		16,4	
Hogares monoparentales	-17,4		-9,4		-28,0		-25,5	
Parejas adultas sin hijos	93,0		75,7		102,4		130,4	
Adultos independientes	123,5		114,8		121,6		83,9	
Retirados	91,2		105,9		84,6		86,2	

Fuente: Anuarios de la Alimentación en España, MAPA. ** Al no disponerse de datos para el año 2000, no se puede ofrecer la variación entre 2000 y 2004.

- Asimismo, se está produciendo una reducción de la frecuencia de compra de estos productos y un aumento de la cantidad por compra, en paralelo a lo que sucede con el conjunto de la alimentación. En este sentido, Valencoso (2005) señala que en el año 2004 se compraba una media de 5,7 kilos de hortalizas 50 veces al año, mientras que tres años antes, en el 2001, se compraban 4,6 kilos 54 veces al año.
- Los datos anteriores manifiestan un deseo de ahorrar tiempo en la compra, lo que lleva a espaciarlas y a optar por aquellos formatos comerciales que permiten hacerla de manera más rápida. De aquí que las cadenas de distribución en libre servicio se hayan configurado como la fórmula comercial que acapara la mayor parte de las compras de los alimentos, en detrimento de la tienda tradicional.
- El menor tiempo disponible para preparar los alimentos para su consumo y el deseo de disponer de más tiempo para las actividades de ocio explican, en gran medida, el incremento del consumo de productos ahorradores de tiempo, como es el caso de las frutas y hortalizas de cuarta gama. En cambio, la preocupación por el consumo de productos saludables, libres de sustancias nocivas para la salud y obtenidos mediante prácticas de cultivo respetuosas con el medio ambiente está detrás del aumento del consumo de frutas y hortalizas ecológicas.
- Con relación a la frecuencia de consumo, atendiendo a los datos del Observatorio de Consumo y la Distribución Alimentaria (MAPA, 2005), el 73,8% de los españoles manifiesta consumir hortalizas todos, o casi todos, los días, frente al 0,5% que no consume nunca.

Lugar de Consumo en el Mercado Español

El consumo de hortalizas frescas en los hogares supone el 82,4% del total de la cantidad demandada (Tabla 74), repartiéndose el consumo fuera del hogar entre hostelería (14,5%) e instituciones (3,1%). No obstante, y al igual que ocurría con las frutas, estos productos empiezan a catalogarse como estratégicos dentro de la alimentación fuera del hogar. Prueba de ello es que el consumo extradoméstico de este tipo de productos ha ido ganando peso desde 1990, año en el que la participación era tan sólo del 6,9% y ahora se sitúa en el 17,6% (2004). Al mismo tiempo, y para el período 2000-2004, la cuota del consumo de hortalizas en el hogar ha descendido un 1,7%, siendo dicho descenso especialmente más acusado en el

caso de la lechuga y el pimiento, dos productos básicos en la producción murciana (Tabla 74).

Tabla 74. Evolución de las compras totales (millones de Kg) y porcentaje de compras en el hogar (vs. fuera del hogar) de hortalizas en España

Hortaliza	2000		2001		2002		2003		2004		% Var (2004/2000)	
	Total	% hog/total	Total	% hog/total	Total	% hog/total	Total	% hog/total	Total	% hog/total	Total	% hog/total
Lechuga	249	79,4	244	77,1	252	73,4	239	73,3	239	74,1	-4,0%	-6,7%
Tomate	523	82,1	538	82,7	536	82,9	561	81,8	593	81,1	13,4%	-1,2%
Pimiento	159	80,9	165	80,0	178	78,5	178	79,7	181	76,7	13,8%	-5,2%
Total	2.096	83,8	2.123	83,7	2.188	83,1	2.266	83,0	2.373	82,4	13,2%	-1,7%

Fuente: Anuarios de la Alimentación en España. MAPA.

Consumo de Hortalizas en España por Comunidades Autónomas

Las peculiaridades de cada región en cuanto a la localización geográfica, la capacidad de los sistemas de distribución y/o las características de los consumidores suponen un amplio abanico de opciones en cuanto a la demanda de hortalizas, y por tanto se advierten situaciones muy dispares entre las comunidades autónomas.

Tabla 75. Evolución del consumo per cápita (Kg) de hortalizas en el hogar por CC.AA.

CC.AA.	Total			Lechuga			Tomate			Pimiento		
	2000	2004	% Var (04/00)	2000	2004	% Var (04/00)	2000	2004	% Var (04/00)	2000	2004	% Var (04/00)
Andalucía	47,9	51,4	7,3	5,9	4,9	-16,9	14,2	15,8	11,3	3,8	4,7	23,7
Aragón	58,5	72,4	23,8	8,3	8,8	6,0	13,0	17,1	31,5	2,8	3,5	25,0
Asturias	44,2	50,5	14,3	7,1	7,3	2,8	9,5	11,5	21,1	4,3	4,3	0,0
Baleares	53,7	52,1	-3,0	5,7	5,0	-12,3	14,8	12,1	-18,2	4,9	4,9	0,0
Canarias	50,7	50,2	-1,0	3,0	4,0	33,3	9,5	10,1	6,3	3,1	3,7	19,4
Cantabria	35,4	36,5	3,1	5,5	3,8	-30,9	7,1	7,5	5,6	2,9	3,9	34,5
C. Mancha	43,7	48,2	10,3	3,3	3,4	3,0	12,9	15,3	18,6	4,0	4,5	12,5
C. León	45,4	54,0	18,9	6,3	7,1	12,7	10,3	11,1	7,8	4,9	5,2	6,1
Cataluña	70,4	74,1	5,3	8,4	7,3	-13,1	18,2	18,8	3,3	4,2	4,4	4,8
Extremadura	42,0	40,9	-2,6	3,8	4,7	23,7	12,4	11,8	-4,8	4,7	3,7	-21,3
Galicia	34,9	47,3	35,5	4,9	6,4	30,6	6,4	7,9	23,4	3,0	4,1	36,7
La Rioja	40,8	44,8	9,8	6,9	7,9	14,5	9,0	7,2	-20,0	4,9	2,5	-49,0
Madrid	53,2	56,3	5,8	4,9	4,3	-12,2	14,2	15,4	8,5	3,9	4,1	5,1
Murcia	58,3	49,0	-16,0	7,5	5,7	-24,0	15,0	14,0	-6,7	4,0	3,0	-25,0
Navarra	58,5	54,5	-6,8	14,5	10,2	-29,7	10,3	8,7	-15,5	2,6	2,8	7,7
País Vasco	52,9	53,5	1,1	8,7	6,9	-20,7	10,6	10,9	2,8	5,5	5,1	-7,3
Valencia	59,7	64,7	8,4	5,8	5,2	-10,3	13,6	14,1	3,7	3,9	4,1	5,1
España	52,5	56,5	7,6	6,2	5,7	-8,1	13,1	14,1	7,6	4,0	4,3	7,5

Fuente: Anuarios de la Alimentación en España, MAPA.

Los aragoneses y catalanes son los que más hortalizas consumen y, junto con los valencianos, representan a las tres comunidades con consumos por encima de la media nacional. Las restantes comunidades autónomas presentan consumos por debajo de la media nacional, siendo Cantabria la que registra el consumo más bajo de todas (Tabla 75).

Para el período 2000-2004 es Galicia la comunidad autónoma que presenta la mayor tasa de crecimiento en el consumo de este tipo de productos, por encima incluso de la media nacional. Le siguen Aragón (23,8%) y Castilla-León (18,9%). En el extremo opuesto se encuentra Murcia que con una tasa de variación del -16,0% es el sitio donde más ha descendido el consumo.

Lugar de Compra

Otro aspecto fundamental del comportamiento del consumidor es el análisis del establecimiento de compra de los hogares. Según el MAPA, la participación de los principales formatos es similar y pone de manifiesto una participación parecida entre la tienda tradicional y la gran distribución.

Parece claro que el comercio especializado, o frutería tradicional, cuenta con una relevancia notable en la venta de productos hortofrutícolas, por encima del 45%, y que los supermercados e hipermercados, es decir la gran distribución, cuentan con posiciones secundarias (30,7% y 10,4% respectivamente). El resto, menos del 15%, se reparte entre mercadillos, autoconsumo y otros. Sin embargo, en comparación al año 1988 la tienda tradicional ha perdido en torno a 14 puntos porcentuales a favor de los supermercados y los hipermercados. La forma comercial más beneficiada de este descenso ha sido el hipermercado, que ha multiplicado por más de seis su participación en el mercado, pasando de un escaso 1,6% en 1988 al 10% en 2004.

No obstante, tal y como apunta Martín (2005), estos productos se han convertido durante los últimos años en una pieza clave en la estrategia de negocio de los establecimientos de librespicio, intentando incrementar su oferta. Los beneficios de las ventas de frutas y hortalizas, unido a la frecuencia de compra y la mejora de la imagen de una oferta alimentaria sana y natural, ha llevado a los establecimientos de la gran distribución a prestar cada vez más importancia a esta sección. Como resultado de ello es que la participación de la tienda tradicional, a pesar de su resistencia a perder cuota de mercado (Hernández y Arcas, 2000), presenta una tendencia a la baja desde el 2000, que en caso de las hortalizas

desciende hasta el 40,2%, en 2004, porcentaje similar al logrado por la gran distribución (Tabla 76).

Como característica propia de la comercialización de las hortalizas frescas hay que destacar la importancia del autoconsumo, que está próximo al 12% y presenta las mayores tasas de crecimiento en el período analizado. Según Martín (2005b) en ajos (20%), coles (30%), judías verdes (15%), verduras de hojas (23%) y berenjenas (20%) el autoconsumo se convierte en un cauce de abastecimiento realmente significativo.

Tabla 76. Reparto por tipo de establecimiento de las compras en el hogar de hortalizas

Establecimiento	2000	2001	2002	2003	2004	% Var (2004/2000)
Tienda tradicional	43,6	41,7	41,9	40,9	40,2	-7,8
Supermercado	28,0	29,3	29,0	28,6	30,0	7,1
Hipermercado	12,1	11,6	10,7	10,3	10,0	-17,4
Mercadillo	6,4	6,1	5,9	5,7	6,1	-4,7
Autoconsumo	8,3	9,9	10,9	12,6	11,8	42,2

Fuente: Anuarios de la Alimentación en España. MAPA.

En el caso específico del tomate y del pimiento (Tablas 77 y 78), ambos mantienen un comportamiento y tendencia similares al descrito para el conjunto de las hortalizas, si bien en el caso concreto del pimiento la evolución negativa de la tienda tradicional y de los hipermercados es más acusada como también lo es el mejor comportamiento de los supermercados.

Tabla 77. Reparto por tipo de establecimiento de las compras en el hogar de tomate

Establecimiento	2000	2001	2002	2003	2004	% Var (2004/2000)
Tienda tradicional	43,2	42,5	43,4	42,3	42,2	-2,3
Supermercado	29,6	30,5	29,6	28,5	29,1	-1,7
Hipermercado	12,6	11,9	10,6	10,3	10,4	-17,5
Mercadillo	6,6	6,6	6,4	5,8	6,4	-3,0
Autoconsumo	6,3	7,0	8,2	11,0	9,8	55,6

Fuente: Anuarios de la Alimentación en España. MAPA.

Tabla 78. Reparto por tipo de establecimiento de las compras en el hogar de pimiento

Establecimiento	2000	2001	2002	2003	2004	% Var (2004/2000)
Tienda tradicional	42,6	42,1	40,6	38,7	38,1	-10,6
Supermercado	27,2	27,9	28,9	28,1	31,0	14,0
Hipermercado	13,6	12,9	12,0	10,7	10,8	-20,6
Mercadillo	6,5	6,7	6,4	6,4	6,5	0,0
Autoconsumo	8,4	9,0	10,2	14,4	11,5	36,9

Fuente: Anuarios de la Alimentación en España. MAPA.

En general, puede concluirse que en la mayor parte de los productos están muy igualados el peso de la tienda tradicional y el de la gran distribución. Dentro de ésta los supermercados tienen participaciones mucho más altas en todas las gamas hortalizas frescas. Hay que destacar también la falta de fidelidad del comprador a los formatos comerciales en la compra específica de este tipo de productos, pues los consumidores suelen simultanear varios canales de compra (AECOC, 2002), figurando entre los criterios de elección del establecimiento la calidad, la conveniencia, la proximidad, el surtido, el precio y los servicios. Las tiendas de barrio y el supermercado son preferidos por la proximidad, el mercado por la calidad y el hipermercado por conveniencia y surtido (AECOC, 1995, 2002).

En cuanto a los lugares de compra de los productos hortofrutícolas por los establecimientos de hostelería y restauración, éstos siguen una estructura muy distinta a la de los hogares. Los distribuidores específicos canalizan en torno al 40%, seguidos de los mayoristas con el 25%. La tienda tradicional está en torno al 16% y la gran distribución se queda en el 15%. Se puede decir, por tanto, que se abastecen fundamentalmente de los distribuidores y mayoristas.

6.2.2.- Consumo en los principales mercados europeos

El mercado europeo está mostrando durante los últimos años signos de saturación, con estancamiento, cuando no descensos en la demanda de los productos hortofrutícolas en los principales mercados por volumen, es decir, en Francia, en Alemania y en el Reino Unido. Italia, por su parte, presenta un declive importante del consumo, en torno al 4% en el año 2004 y al 8% en el 2005. Por su parte, España presenta en los momentos actuales, comparativamente al resto de principales mercados de la Unión Europea, unas mayores tasas de consumo per cápita y un crecimiento, si bien todavía el consumo per cápita se encuentra por debajo de los cánones recomendados por las autoridades alimentarias (CBI, 2005; Freshfell, 2005 y 2006; www.mapya.es).

La población de la Unión Europea todavía crece y lo seguirá haciendo durante dos décadas más; a partir de entonces comenzará a descender. Sin embargo se observan cambios en la composición de la población. Los principales que están afectando a las demandas de los consumidores europeos en los últimos años son (CBI, 2005): **a)** rápido crecimiento de la población de mayor edad y descenso en el número de jóvenes, **b)** cambios en el tipo de familia, de manera que de media es cada vez más pequeña. Además, el número de hogares con un solo miembro es ya substancial y está creciendo, haciendo este segmento muy importante para los proveedores de alimentos, **c)** la prosperidad en la Unión Europea no ha dejado de

aumentar, haciendo las demandas de los compradores más exigentes pero también, en general, menos sensibles al precio. Los compradores no van a comer más, pero querrán comer mejor.

Las tendencias principales que están afectando las demandas de frutas y hortalizas de los consumidores europeos en los últimos años son:

- *Comida sana.* Los consumidores europeos han aumentado su interés por el consumo de comida sana, referida a productos alimentarios que son bajos en grasas y tienen contenidos bajos en azúcar y sal. También incluye la alimentación funcional, que tiene propiedades específicas para la mejora de la salud. Las frutas frescas y los vegetales están en general asociados con la comida sana. La difusión de las bondades de la dieta mediterránea y campañas como “5 al día” favorecen dicha imagen de las frutas y hortalizas frescas. El consumo de frutas y hortalizas empieza a verse como una opción de salud pública desde las administraciones sanitarias, lo que ha de favorecer el apoyo a campañas públicas de aumento de su consumo.
- *Productos orgánicos.* Tras los recientes acontecimientos de alarma alimentaria, cada vez los consumidores están más preocupados sobre la salubridad de los alimentos, así como sobre los efectos medioambientales de su producción. Esto ha dado lugar a un incremento en la demanda de productos orgánicos, uno de los nichos de mercado de mayor crecimiento.
- *Responsabilidad social corporativa.* Está referida a asuntos como la salubridad de los alimentos, la trazabilidad y la conciencia medioambiental. Determinadas organizaciones de defensa de los consumidores y ecologistas vigilan estos aspectos, denunciando aquellas empresas o zonas que no cumplen con determinados estándares de respeto a los mismos. El “naming and shaming” ha dado lugar al surgimiento, por ejemplo, del protocolo Eurep-Gap, lanzado por los principales detallistas europeos.
- *Comodidad.* Cada vez hay menos tiempo para cocinar y las familias son más pequeñas. Esto provoca la demanda de productos que no necesitan preparación para ser consumidos, o que ya son adquiridos con un razonable nivel de preparación. Asimismo se favorece la adquisición de productos más pequeños (unidad de producto igual a unidad de consumo) o envasados en unidades de menor tamaño, con el fin de adecuarse al también menor tamaño de los hogares. Por último, es previsible que el consumo fuera del hogar siga aumentando de forma importante.

- *Envejecimiento del consumo.* En general, a mayor edad mayor consumo per cápita. Entre la población infantil y juvenil el consumo de frutas y hortalizas frescas es muy inferior al que se observa entre los más mayores. Son varios los factores que tienen importancia en este hecho. Por una parte, la población de mayor edad está más concienciada con el cuidado de la salud, lo que favorece el consumo de frutas y hortalizas. Además, disponen de tiempo para comprarlas más frecuentemente (son productos perecederos) y para cocinarlas. Tiempo es precisamente lo que falta a los jóvenes.
- *Más diversidad de opciones.* Aquí cabe citar varias sub tendencias. En primer lugar, hay una demanda por productos innovadores, excéntricos y divertidos. En parte, aprovechándose de lo anterior, hay cada vez más demanda de productos exóticos. Por último, en la mayoría de productos muchos compradores no son conscientes de los periodos de “temporada”, quieren el producto en todo momento del año. Esto presenta un gran potencial para los productos de contratemperada, pero supone asimismo un impacto en la demanda del producto en su temporada europea de producción, ya que el producto no es, cuando llega ese momento, tan deseado.
- *Segmentación.* A pesar de todo lo anterior, no cabe duda de que hay segmentos de compradores con demandas y exigencias distintas. Los patrones de gasto de los compradores europeos están influenciados por factores como la edad, el género, la identidad étnica, el nivel educativo, su nivel de ingresos, la ocupación, etc. La combinación de todos estos factores da lugar a una segmentación, por ejemplo, entre los países del norte y del sur de Europa. En general, los compradores del sur de Europa consideran las frutas y vegetales frescos una parte esencial de las comidas diarias, por lo que tienden a gastar más tiempo y dinero en la compra de estos productos (que se hace en mayor medida en mercados) y en su preparación. La percepción de productos esenciales hace que las ventas en estos países sean relativamente estables con relación a los incrementos en precios y a los descensos en renta. Los compradores de Europa del Norte son más sensibles a la comodidad y al precio de los productos. Por lo tanto, en general, las ventas de frutas y verduras frescas serán más sensibles a bajadas en precios y a crisis económicas.

A continuación presentamos algunos de los datos más relevantes que describen el consumo en los principales mercados europeos:

España

- El consumo per cápita de hortalizas se encuentra en niveles inferiores a los de la media europea. La tendencia desde 2001, al igual que en el caso de las frutas es hacia un aumento en los niveles de consumo per cápita, aumento que se sigue manteniendo durante 2005 y los primeros meses de 2006.
- Tomates (25% del consumo), cebollas (12%), y lechugas (10%) recogen las principales partidas de consumo.
- Las importaciones de hortalizas son todavía bajas (2,1% de las europeas) y por supuesto son para consumo interno. Los crecimientos son sin embargo bastante mayores (23%). Destacan las judías (32,8 millones de € en 2003), las cebollas (23,5 millones de €; el único producto cuyas importaciones descienden), tomates (21,0 millones de €), espárragos (17,4 millones de €) y lechuga (17,4 millones de €).
- Comparado con la mayoría de otros mercados europeos, el comprador español sigue adquiriendo una notable porción de sus compras de productos hortofrutícolas en tiendas especializadas, ubicadas independientemente, en mercados de abastos o en mercadillos. La gran distribución apenas si llega al 40% de las ventas, mostrando una gran dificultad para lograr cuotas de mercado similares a las de la gran distribución del Norte de Europa. No obstante, la tendencia es a seguir aumentando cuota.

Alemania

- El consumo per cápita de hortalizas es alto (84,7 Kg), si bien la tendencia es hacia una cierta estabilización, incluso un ligero descenso en los últimos años (85,4 Kg en 2002). En 2005 se produjo un descenso en el consumo per cápita de hortalizas (3,4%), rompiendo la tendencia anterior, lo que se puede explicar por la menor oferta y el mayor nivel de precios de 2005.
- Hay razones para pensar que el consumo aumentará en los próximos años. En primer lugar, la situación económica parece tomar un cariz positivo tras bastantes años de estancamiento económico. En segundo lugar, hay una tendencia creciente a la adquisición de productos saludables.

- Tomates (25% del consumo), y lechugas, escarolas y endivias (11%) recogen las principales partidas de consumo.
- Alemania es un gran importador de hortalizas frescas. Su producción propia apenas cubre el 33% del consumo. Sus importaciones de hortalizas aumentaron un 4,1% en valor y disminuyeron un 17,7% en peso; las provenientes de España incrementaron un 4,2% en valor y se redujeron un 14,1% en peso. La cuota por tanto se mantiene prácticamente inalterada.
- La distribución se caracteriza por la importancia del canal discount con una cuota de ventas de productos hortofrutícolas del 50% en volumen y del 40% en facturación. Concretamente, en 2004, las compras de hortalizas (en peso) se realizaron en un 49,2% en el canal discount (19,2% Aldi y 14,4% Lidl), los hipermercados el 26,9%, el comercio minorista tradicional el 11,3%, los mercados semanales el 5,1%, las tiendas especializadas el 2,3%, los productores el 2,0%, y otros el 3,2%.
- Las tendencias principales de la distribución en el mercado alemán son: **1)** el canal descuento está incrementando su oferta en hortalizas frescas, particularmente el grupo Lidl y las tiendas Netto Schels, adquiridas por Edeka, **2)** las modalidades tradicionales son y seguirán siendo cada vez más marginales, y **3)** el discount ha ralentizado su crecimiento, mientras que los hipermercados, supermercados y resto de distribución organizada (de capital eminentemente alemán y a veces pertenecientes a grupos con diversos formatos, también el discount) están empezando a ganar peso, si bien de forma lenta.
- Por su tamaño, lo que ocurre en el mercado alemán condiciona en buena medida las tendencias principales que se pueden observar a nivel europeo. Concretamente podemos destacar: **1)** el creciente interés por la alimentación biológica; en 2005 las compras de hortalizas ecológicas supusieron un 21% y en el primer trimestre de 2006 dicha tendencia es todavía más acusada (24%). El mercado es todavía de poco volumen y en productos muy específicos, pero la tendencia parece irreversible hasta el punto de que las cadenas discounts han aumentado de forma muy importante su cuota de mercado en la venta de estos productos, hasta llegar a superar las ventas de las tiendas de alimentación natural, **2)** la búsqueda de comodidad por la vía de la demanda de frutas y ensaladas preparadas para consumir (4ª gama) todavía no es tan importante como en otros mercados europeos, por ejemplo el inglés, pero sí que tiene mucho

potencial de crecimiento en Alemania. Se estima que en 2015 el porcentaje de crecimiento de los consumidores que prefieren este tipo de productos alcanzará un cincuenta por ciento (ICEX, 2006). Bonduelle empieza a liderar el mercado con marca propia y marca blanca, **3)** la presión de organizaciones no gubernamentales sobre el control del producto y de la producción de hortalizas es manifiesta en este mercado. Recientes campañas han incidido en algunos productos españoles, haciendo que los discounters hayan comenzado, o estén a punto de hacerlo, a exigir certificaciones de calidad.

- Las hortalizas se compran en buena parte por impulso y los clientes se inspiran en la propia sección de su establecimiento de compra. Por ello, las acciones de promoción en el punto de venta, el packaging, la apariencia del producto, la información sobre el producto en el punto de venta, y la estructura de la sección hortalizas son fundamentales en la compra.
- La imagen general de los productos hortofrutícolas españoles es bastante positiva, incluso mejor que la de los principales países competidores que son Italia y Holanda. No obstante, las ya mencionadas campañas de las entidades no gubernamentales suponen una amenaza constante a la que habrá que prestar atención por parte del sector productor y exportador español.

Francia

- El consumo per cápita de hortalizas se encuentra entre los más bajos de la Unión Europea. Además, la evolución del consumo muestra un estancamiento en 2005, de nuevo rompiendo la tendencia que se venía observando desde 2004, de modo que el estancamiento en la cantidad, sólo se traduce en un aumento del negocio por un incremento en los niveles de precios, que suben el +2,9%.
- Tomates, zanahorias y el grupo de lechugas, coles y endivias son las principales hortalizas consumidas. La tendencia más marcada en este tipo de productos es hacia el crecimiento de la cuarta gama, en la medida en que se conoce más, son mayores los volúmenes y menores los precios, favoreciendo las compras de un mayor porcentaje de consumidores.
- Al contrario que lo que ocurre con Alemania y el Reino Unido, Francia es un gran productor de hortalizas (el tercero de la Unión Europea). Entre las

hortalizas, sus principales producciones son de lechugas y otras hortalizas para ensalada, tomates, maíz y zanahoria. España es el principal proveedor de hortalizas. Las más importadas son tomates, pimientos, calabacín y lechugas.

- La distribución se caracteriza por la importancia del hipermercado, con una cuota de ventas del 35% en 2005 tras crecer sus ventas de frutas y hortalizas un 5,8% en volumen y un 6,9% en cantidad. Tras algunos años de estabilización, el crecimiento de la fórmula del hipermercado parece consistente y creciente, siendo el segundo año consecutivo en que se produce. Dicho crecimiento se da en frutas, como en hortalizas y en cuarta gama, donde ganan 7 puntos de cuota en sólo un año. El descenso de precios para competir con el discount, así como el agotamiento del crecimiento de esta fórmula y el descenso en otras parecen explicar este excelente comportamiento del hipermercado. Los supermercados representan un poco más de la cuarta parte de las ventas, si bien su cuota de mercado presenta un descenso de 2 puntos sólo en 2005 (descenso del 7,2% en volumen y de un 5,3% en precios). Podemos decir que la fórmula está estancada. El tercer canal de distribución más importante es el compuesto por los mercados, cuya cuota en 2005 fue del 16,7%, pero con descensos significativos año tras año (en 2005 sus ventas caen un 6% en volumen y un 5,1% en valor). El descuento duro se estabiliza, tras años de crecimiento, en el 11% de las ventas, de hecho los volúmenes descienden ligeramente (-2,2%) y la cifra de negocio también (-1,8%). Tras varios años de retroceso, el comercio especializado confirma por segundo año consecutivo un crecimiento en cuota de mercado, superando ligeramente el 7%. Los volúmenes aumentaron un 5,5% y las ventas el 7,3%. Además del incremento en el valor de los productos vendidos, el aumento en la tasa de penetración de esta fórmula, y en el tamaño de la compra más que compensa la reducción en la frecuencia de compra. Por último, los superservicios recogen apenas un 2,4% de las ventas, mostrando el peor comportamiento de todos (-14,7% en volumen y -13,2% en valor en 2005 comparado con 2004).
- Las familias de mayor edad, con mayores niveles de renta y en el Centro-Este y Sur-Este de Francia son las más consumidoras. El año 2005 muestra sin embargo el interés creciente de las familias con hijos de menor edad. Por contra, vuelve a debilitarse, rompiendo con la tendencia de años anteriores el consumo de los jóvenes célibes y parejas jóvenes. Muestran estos grupos un comportamiento errático y, junto con los hogares

monoparentales de edad mediana, son señal evidente de que hay que prestarles una atención específica para hacer crecer los volúmenes en estos grupos.

Reino Unido

- El consumo per cápita de hortalizas frescas está entre los menores de la Unión Europea (DEFRA, 2006). Concretamente, en la campaña 2004-2005 cada británico consumió de media 39,6 kilos de hortalizas, un 3,9% más que la campaña anterior y rompiendo con la tendencia muy estable de los años precedentes. En definitiva, los consumos son bajos para el estándar europeo pero con una ligera tendencia creciente.
- El gasto per cápita presenta en el periodo 2004-05 un crecimiento superior al de los volúmenes adquiridos, lo que unido al mantenimiento de los precios confirma una tendencia a la adquisición de productos de mayor valor añadido.
- En hortalizas la tendencia sigue mostrando un descenso en el consumo de los “vegetales verdes” (ensalada y coliflor) y un aumento sostenido en el resto de hortalizas.
- También hay que destacar el aumento de la preferencia por los productos ecológicos, un mercado que crece a un ritmo superior al 10% anual (ICEX, 2004).
- Tras Alemania, el Reino Unido es el segundo importador europeo. La producción local de hortalizas tiene cierta relevancia y en los últimos años permanece estable. Las importaciones han mostrado un cierto dinamismo, explicado por el crecimiento en las importaciones comunitarias. España (35% de las importaciones) y Holanda (29%) son los principales países proveedores, siendo los tomates el producto más importado. Le siguen los champiñones, los pimientos, la lechuga, la cebolla, coles y los pepinos.
- Las cadenas de supermercados acaparan tres cuartas partes de las ventas de productos frescos en el Reino Unido (www.austrade.gov.au). El resto de tipologías son poco relevantes desde un punto de vista cuantitativo y cualitativo, ya que se corresponden con la distribución tradicional. Tesco, Sainsburys y Asda dominan las ventas.

- Como en otros países europeos, los mayores consumos per cápita se observan entre la población de mayor edad, sin niños pequeños, así como entre los trabajadores más cualificados. El sur del Reino Unido (Inglaterra) es más consumidora per cápita que el Norte.
- En el Reino Unido es donde más hincapié se hace en la promoción del consumo de frutas y hortalizas frescas desde un punto de vista sanitario. La iniciativa “5 a Day” surgió aquí, y se estima que en estos momentos se está en torno al 75% de dicho nivel. Acompañando dicha iniciativa, se han adoptado otras acciones como “The school fruit and vegetable scheme” que pretende que todos los niños de 4 a 6 años reciban una pieza de fruta al día en los colegios.

6.3.- Estructura del sector comercializador³

6.3.1.- Canales de intermediación y operadores

La estructura del sector comercializador viene condicionada por la existencia de dos cadenas de comercialización o intermediación, cuyos mecanismos de compraventa, el grado de integración vertical y los valores añadidos aportados son distintos. Estos dos canales son: el tradicional, en el que el producto pasa por los mercados centrales (MERCAS en España), y el moderno, a través fundamentalmente de las plataformas y centrales de compra de las grandes cadenas de distribución.

La estructura empresarial que predomina en cada uno de estos canales es distinta, si bien se pueden dar solapamientos y la demarcación entre cada canal no siempre es necesariamente completamente nítida y excluyente. Dentro del canal tradicional se encuentran empresas que han alcanzado niveles de verticalización considerables como suministradores. A la vez hay empresas de la gran distribución que compran en los mercados centrales, y redes de fruterías que se están verticalizando con mayoristas en destino y realizan acuerdos de suministro con las fases anteriores.

Estos dos canales configurarían un esquema de comercialización de radio largo, en el que el producto se lleva a los grandes núcleos de consumo. Pero

³ El análisis independiente del canal de comercialización de las hortalizas resulta problemático ya que muchos de los agentes que interviene también operan con frutas y cítricos. No obstante, en la medida de lo posible, se facilitará información, fundamentalmente, de las hortalizas. En este análisis se incluyen como tales a los melones y las sandías.

existen canales alternativos de radio corto, que están geográficamente próximos a las zonas de producción, con multitud de operadores de pequeña dimensión y poco valor añadido.

En la Tabla 79 se puede observar el peso de cada uno de estos canales en la comercialización de distintos productos en España. En los principales mercados de la Unión Europea, sin embargo, el canal moderno, como hemos visto, recoge la parte principal de las ventas, y sobre todo es el canal en el que se concentran los exportadores murcianos.

Tabla 79. Estimación del volumen de hortalizas comercializado en cada canal (%)

Producto	Canal tradicional	Canal moderno	Radio corto
Patatas	40-50	30-35	25-30
Hortalizas	60-65	25-30	5-10
Frutas (incluye cítricos)	55-60	25-3	10-15

Fuente: Langreo (2005).

6.3.2.- Agentes que operan en el Mercado de Origen en la Región de Murcia

Los mercados de origen se sitúan en las zonas de producción, pudiéndose distinguir una serie de operadores que tienen una influencia significativa en los mismos, ejerciendo un papel en el sector con características comerciales diferenciadas. En la zona de Murcia se encuentran agricultores aislados y agrupados, centros de contratación, mayoristas, cooperativas, centrales hortofrutícolas privadas, etc., que unida a la diversidad de productos que se comercializa dan lugar a un complejo entramado de relaciones en el mercado de origen. Desde un punto de vista comercial la manipulación de la producción en origen y su preparación para el envío a destino se desarrolla en las centrales hortofrutícolas, pero las alhóndigas juegan también un importante papel. Además, nos encontramos con un grupo de individuos y sociedades que asumen únicamente la función comercial, de puesta en contacto entre compradores en origen y otras fórmulas en destino.

Entre los 531 mayores operadores españoles de productos hortofrutícolas según Alimarket (2005), todos ellos con ventas superiores a 6 millones de euros, existen 82 empresas ubicadas en la Región de Murcia. Esto representa el 15,4%, porcentaje superior a la contribución de la Región de Murcia a la producción española de productos hortofrutícolas (12,1%) y a su valor (10,9%). La importancia del sector en origen es todavía más destacable si tenemos en cuenta que, mientras que el listado general para toda España incluye una importante proporción de mayoristas, así como alguna central de compras, las empresas murcianas

recogidas están en su gran mayoría ligadas a la producción en origen en alguna de las tres siguientes formas: alhóndigas, de las que existen en el listado 11 (13,4%), 67 centrales hortofrutícolas (81,7%), y 4 comerciales conjuntas (4,9%).

A continuación presentamos un análisis más detallado de las tipologías más importantes.

Alhóndigas

Se trata de una figura característica del levante español en la comercialización de los productos hortofrutícolas. Su finalidad original era poner en contacto a vendedores de producto agrario sin manipulación previa, habitualmente agricultores, y compradores que procederán ulteriormente a la normalización y comercialización del producto. La industria también suele aprovisionarse en alhóndigas con cierta frecuencia. Se adopta un sistema de venta mediante subasta a la baja, siguiendo el modelo de los “veiling” holandeses. Tradicionalmente la subasta se llevaba a cabo en un local donde concurrían el agricultor con su producto y, principalmente, comisionistas que se ocupan de comprar producto principalmente para mayoristas y la industria transformadora.

Aunque la esencia del sistema de subasta permanece, sin embargo las alhóndigas están evolucionando dotándose muchas de ellas de grandes instalaciones, en la mayoría de las ocasiones asociadas a las centrales hortofrutícolas, lo que les puede permitir prestar un mayor número de servicios a proveedores y clientes. Concretamente, de las 19 alhóndigas identificadas en la Región de Murcia, 16 disponen de central.

Sin embargo, todavía se observan características diferenciales entre las que destacan: **1)** la especialización en hortalizas, sobre todo en tomate y alcachofas y, en menor medida, en pimiento y brócoli, **2)** la importancia como suministradoras a la industria conservera, **3)** la orientación al mercado nacional y la tendencia a incrementar las ventas en el exterior a través de sus centrales hortofrutícolas, **4)** el menor número de servicios que prestan tanto a sus proveedores (pequeños empresarios agrarios) como a sus clientes (industria, mayoristas y, en menor medida, centrales hortofrutícolas), destacando la puesta en contacto de compradores y vendedores, la financiación a ambos y el asesoramiento a los productores, **5)** la escasa normalización que realizan del producto, limitada tan sólo al tomate, **6)** los menores vínculos y grado de fidelidad que mantienen con proveedores y clientes, **7)** la falta de planificación en el abastecimiento y el suministro, **8)** el menor control que ejercen sobre las condiciones de producción y la

calidad del producto, e **9)** el precio se fija según las condiciones diarias del mercado.

La mayoría de las alhóndigas españolas y, entre ellas las de mayor dimensión, se ubican en Almería, sobre todo en la zona de El Ejido. Respecto a las murcianas, en el listado de operadores de Alimarket (Alimarket, 2005) aparecen 11 alhóndigas (Tabla 80). Haciendo la salvedad de que es imposible conocer qué parte de facturación se corresponde a la actividad de subasta y qué otra a la propia de la central (todas ellas tienen también central hortofrutícola) la empresa de mayor facturación es AGRIMESA, que no obstante se encuentra en el puesto 87 entre todos los operadores nacionales y en el 13 de los regionales. Todas las empresas presentadas en la Tabla 80 operan en hortalizas, mientras que la presencia en cítricos y frutas es nula. Sólo una es una cooperativa, que además tiene la calificación de OPFH, mientras que el resto son sociedades anónimas o limitadas sin calificación de organización de productores.

Tabla 80. Alhóndigas de la Región de Murcia situadas entre los mayores operadores de frutas y hortalizas

Puesto en el ranking Alimarket	Nombre	Ventas en mill. € (2004)	Localidad
87	AGRICULTURA Y MERCADOS, S.A. (AGRIMESA)	37	San Javier
142	SOL Y TIERRA CAMPO DE CARTAGENA, S.L.	26	Torre Pacheco
202	CENTRAMIRSA, S.A.	20	San Javier
208	AGRO-CAZALLA, S.L.	18	Lorca
274	COOP. CAMPO DE AGUILAS (COAGUILAS)	14	Águilas
304	HORTÍCOLA DE MAZARRÓN, S.A.	12	Mazarrón
322	AGRUPA AGUILAS, S.A.	12	Águilas
362	AGRIMUR, S.A.	10	Mazarrón
361	AGRODOLORES, S.L.	10	San Javier
372	ALHÓNDIGA AGRISEL, S.A.	10	Águilas
435	AGRASA MERCADOS, S.L.	8	Águilas
Otras alhóndigas murcianas que no están en el ranking de Alimarket			
-	FRUTAS Y VERDURAS DE LORCA	n.d.	Lorca
-	AGRO-TERCIA, S.L.	n.d.	Lorca
-	FRUTAS Y HORTALIZAS SAN MARCOS	n.d.	Totana
-	ALHÓNDIGA Y MERCADOS, S.L.	n.d.	Fuente Álamo
-	MERCAGRISA	n.d.	San Javier
-	SUBASUR	n.d.	Torre Pacheco
-	AGROVERDURAS	n.d.	Totana
-	AGROMARCHENA	n.d.	Lorca

Fuente: Elaboración propia y Alimarket (2005a).

Según los productos específicos con los que trabajan, se pueden distinguir tres grandes grupos de alhóndigas en la Región de Murcia. Las de mayor tamaño se ubican en la zona del Campo de Cartagena, principalmente San Javier y Torre Pacheco. Principalmente trabajan pimiento, alcachofa y brócoli. El segundo grupo en cuanto a tamaño e importancia cuantitativa se sitúa en los municipios de Águilas y Mazarrón y operan principalmente con tomate. Por último, el campo de Lorca representa el tercer grupo y trabajan la alcachofa y el brócoli.

Las alhóndigas tienen una función principal como centro de contratación en presencia de una estructura agraria minifundista de pequeños-medianos agricultores no vinculados a cooperativas. Las crecientes exigencias de la legislación y de los clientes en los canales de distribución en lo referido al cumplimiento de normas de calidad y de trazabilidad ha dado lugar a una necesaria adaptación de las alhóndigas, que al estar vinculadas a centrales hortofrutícolas intentan proporcionar determinados inputs a los agricultores, como la planta, así como establecer normas de certificación. La negociación de los precios y su liquidación al agricultor es más inmediata y el agricultor siempre tiene la opción de llevar su producto a la alhóndiga o no. En cualquier caso, el futuro de las alhóndigas está unido al de la presencia de pequeños agricultores no integrados y a la profundización de dichas alhóndigas en la implantación de normas de certificación, sistemas de trazabilidad, y en la prestación de servicios en origen, sobre todo para la industria y para el canal tradicional de distribución.

Centrales hortofrutícolas

Por la importancia que en el acondicionamiento de las hortalizas y su acercamiento al consumidor final adquieren los centros de manipulación o centrales hortofrutícola, estas figuras son fundamentales para la comercialización de estos productos. Para ello, realizan una serie de actividades que incluyen el acopio del producto y su manipulación (selección, acondicionamiento, calibrado, envasado, paletizado, etc.), así como las funciones logísticas para ponerlo a disposición de sus clientes en los mercados nacionales y, sobre todo en el caso de las centrales murcianas, en los internacionales.

Con independencia de la fórmula jurídica (Sociedad cooperativa, S.A.T., S.A. o S.L. como principales), así como de su calificación (o no) como OPFH, las centrales de manipulación cumplen una serie de funciones principales en las zonas de origen. De hecho, son las estructuras productivas encargadas de hacer el producto hortofrutícola “comercializable”. Sus fuentes de aprovisionamiento pueden ser variadas, a saber, producto de fuera del país, producción propia de la empresa,

producción propia de los socios de la empresa, compras directas a otras centrales hortofrutícolas, trato directo con productores ajenos a la empresa, compras directas en alhóndiga, corredores-comisionistas. Aunque cada producto tiene sus peculiaridades, la producción propia de los socios de la empresa y la producción propia de la empresa son las modalidades de aprovisionamiento más importantes de las principales centrales de manipulación. Las posibilidades de control de la producción que ofrecen estas modalidades las hace preferidas a cualquiera otras. La intermediación vía corredores-comisionistas es cada vez de menor importancia, particularmente en la producción destinada a fresco, siendo inexistente en hortalizas y cada vez menor en el resto de producciones.

Las centrales están cada vez más interesadas en el control de la producción. Ya por vía directa o indirecta, la realización de actividades para garantizarse un suministro adecuado no sólo en cantidad, sino también en calidad y en planificación temporal, es condición necesaria hoy en día para poder cumplir con las exigencias de los clientes en los canales de distribución. Para ello, las centrales prestan servicios relacionados con la trazabilidad, los protocolos de calidad, el transporte hacia la central, el asesoramiento a los agricultores, traslado de información sobre el mercado, formación, suministro de inputs, garantía de compra, servicios financieros, seguros, planificación de la producción, seguridad al proveedor sobre el precio, maquinaria, investigación y desarrollo, tramitación de subvenciones e incluso gestión de la mano de obra. Aunque el catálogo es lo suficientemente amplio, destaca todo lo relacionado con las certificaciones de calidad, el suministro de inputs, sobre todo planta, y la planificación de la producción.

Los criterios para el acopio de producto agrario pueden ser variados. Por ejemplo, puede comprarse todo lo que llega, exigir una calidad mínima, un volumen mínimo, comprarse en función del precio, de las variedades, programarse un calendario, realizarse un acuerdo previo, o comprar sobre árbol o finca. Dependiendo de la empresa y del tipo de relación que mantenga con sus proveedores predominará una u otra forma de entrega.

Por su parte, la fijación del precio de compra puede seguir cualquiera de los tres siguientes procedimientos: **1)** precio acordado antes de recolectar; **2)** según mercado a la entrega de producto; y **3)** liquidación según precio final de venta.

Los canales por los que puede discurrir el producto de las centrales son variados. Pero sin duda, lo más importante desde un punto de vista empresarial es aquel operador con el que la central mantiene la relación directa, es decir, el que le realiza el pedido, en definitiva, aquel operador del que se tiene el teléfono. Con la

industria se puede tratar directamente o por medio de comisionista-agente o corredor. El producto en fresco puede ser servido directamente a la cadena de distribución minorista, o a una central de compras de una cadena de distribución también directamente. En ambos casos se tiene relación directa con el cliente final del canal de distribución, aquel que está en contacto directo con el consumidor, habiendo eliminado todos los niveles de intermediación y teniendo por tanto información de primera mano sobre el mercado. Otra posibilidad es la de tener relación directa con un jefe de categoría o “category manager” de una cadena de distribución. Esta empresa es la encargada de proporcionar uno o varios productos que la cadena va a necesitar, por lo que en la mayoría de los casos puede verse requerido a acudir a productores cuando o no producen ellos directamente, o no lo pueden hacer en suficiente cantidad, todo el año, campaña, o momentos determinados. Otra figura con la que se puede tener relaciones directas es la de los mayoristas, ya sea en firme o en consignación. Las dos últimas modalidades de venta vienen constituidas por las cooperativas de segundo grado o los consorcios y, finalmente, los comisionistas-agentes-corredores. La tendencia actual es a la de la eliminación progresiva de escalones en el canal, lo que por otra parte es condición necesaria para acometer de forma competitiva los retos del mercado.

Los servicios prestados a los clientes pueden ser muy variados, pero entre los más importantes cabe destacar la trazabilidad, el cumplimiento de protocolos de calidad, la oferta de una gama amplia, el asesoramiento a clientes, la información sobre la producción, la realización de presentaciones adaptadas al cliente, la promoción en el punto de venta, entregas programadas, otras actividades de promoción, transporte hacia el cliente, aplazamientos de pago, colaboración para nuevos productos, mantenimiento de toda la cadena de frío, capacidad para cubrir el calendario demandado, capacidad para servir los volúmenes demandados, contacto personal permanente, supervisión del cliente de la producción, y servicios asociados a las nuevas tecnologías de la información. Hoy en día son particularmente relevantes los servicios asociados a la garantía sobre el producto (ej. trazabilidad, certificaciones), y a la garantía del suministro (ej. volúmenes, calendario, logística y servicio).

En cuanto a la fijación de precios de venta, el mecanismo seguido puede ser alguno de los siguientes: **1)** precio acordado previamente para toda la campaña, año, o programa de suministro; **2)** precios promocionales periódicos, precios fijados para envíos mensuales dentro de un programa de suministro; **3)** precios para envíos semanales dentro de un programa de suministro; **4)** precios por envío, dentro de un programa de suministro; **5)** precio por envío sin programa de suministro; y **6)** liquidación posterior según precio de mercado. Mientras que el

primero de los procedimientos indicados es el que ofrece mayores garantías respecto al precio que se obtendrá (con ligeras variaciones hacia arriba o abajo), permitiendo una adecuada planificación de la campaña, el último de los procedimientos supone la situación totalmente opuesta. Aunque el método seguido depende bastante del cliente, la seguridad y certeza en precios, a menudo es condición que acompaña otras seguridades y certezas, por ejemplo respecto a la cantidad, calidad y procedimientos de producción seguidos, de forma que la búsqueda del cliente de certeza en el segundo conjunto de aspectos a menudo los llevará a tener que ofrecer también una certeza en precios, que reduce la incertidumbre y por lo tanto los costes de transacción.

Pasamos a continuación a un análisis más profundo de la estructura empresarial que nos podemos encontrar entre las centrales hortofrutícolas. Estas centrales hortofrutícolas pertenecen a Cooperativas Agrarias, a SAT, a grandes empresas productoras y, en menor medida a mayoristas en origen, apareciendo a veces asociadas de forma conjunta a una alhóndiga y otro de los agentes señalados. Según datos de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio en España existen 2.155 operadores de productos hortofrutícolas que cuentan con centrales hortofrutícolas. De ellos 438, el 20,3% se ubican en Murcia, Comunidad que tan sólo es superada en número por la Comunidad Valenciana con 719 (33,3%) y Andalucía con 546 (25,3%).

En la Tabla 81 se indican las existentes en la Región de Murcia atendiendo a la forma jurídica que adoptan. Se observa el predominio de la sociedad anónima o sociedad limitada (71,9%), seguida de las cooperativas (15,5%), de aquellas en que el titular es una persona física (8,0%) y de las SAT (4,6%). El hecho de que el titular sea una persona física podría tener connotaciones negativas, ya que se asocia a un menor tamaño y a una gestión de la empresa menos profesional y más familiar en la que ésta asume la totalidad del riesgo empresarial.

Tabla 81. Forma jurídica de las centrales hortofrutícolas de la Región de Murcia

Numero total	Forma jurídica							
	Cooperativas		S.A.T.s		S.A./S.L.		Per. Física	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
438	68	15,5	20	4,6	315	71,9	35	8,0

Fuente: Secretaría de Estado de Turismo y Comercio.

De las 438 centrales hortofrutícolas murcianas, 198 (45,2%) comercializan **hortalizas**, 150 frutas (34,2%) y 220 cítricos (50,2%). Como se puede ver en la Tabla 82, son bastantes los casos en los que las centrales no comercializan una única tipología de productos, de forma que sólo 80 (18,3%) se centran

exclusivamente en **hortalizas**, 24 (5,5%) sólo comercializan frutas, y 95 (21,7%) sólo trabajan cítricos.

Tabla 82. Distribución de las centrales hortofrutícolas de la Región de Murcia por tipo de productos

Hortalizas (H)	Frutales (F)	Cítricos C	H+F	H+C	F+C	H+F+C
198 (45,2%)	150 (34,2%)	220 (50,2%)	50 (11,4%)	49 (11,2%)	57 (13,0%)	19 (4,3%)

Fuente: Secretaría de Estado de Turismo y Comercio.

En cuanto al número total de productos que comercializan, sólo 13 (3,0%) presentan entre 10 y 13 productos, 92 (21,0%) trabajan entre 5 y 9 productos, 115 (26,3%) operan con 3 o 4 productos, 82 (18,7%) con 2 productos y 136 (31,0%) sólo comercializa un producto.

Si analizamos la situación de las principales centrales hortofrutícolas murcianas en el contexto de los mayores operadores de España (Tabla 83), se observa que entre los primeros 532 mayores operadores nacionales de frutas y hortalizas se encuentran 67 centrales hortofrutícolas murcianas, el 12,6%, porcentaje que se mantiene casi constante entre los diferentes estratos de tamaño, de forma que entre los 300 primeros operadores aparecen 39 (13%), 19 entre los 150 primeros (12,6%), 6 entre los 50 primeros (12%) y uno entre los 10 primeros operadores (10%).

Tabla 83. Principales centrales hortofrutícolas murcianas

Ranking 1999/2005	Nombre	Ventas (2004) Mill. €	Nº de productos ^a			
			H	F	C	Total
20 primeras centrales hortofrutícolas murcianas						
13/5	ANTONIO MUÑOZ Y CIA., S.A. (GRUPO AMC)	185	2	7	3	12
9/30	GRUPO HORTOFRUTÍCOLA PALOMA, S.A.	77	1	2		3
21/32	FRUCA MARKETING, S.L.	75	3			3
--/34	GARCÍA ARANDA, S.L.	71			1	1
40/42	G'S ESPAÑA, S.L.	62	4	1		5
41/44	S.A.T. URCISOL	60	3	1		4
14/51	PASCUAL HERMANOS, S.A. (del grupo G'S)	52	4		2	6
67/57	S.A.T. DURAN	50	1			1
43/62	KERNEL EXPORT, S.L.	47	12			12
50/69	COOP. GREGAL	45	10			10
62/73	COOP. COATO	44	1	1	1	3
121/81	MOLINENSE PROD. NATURALES, S.L. (GRUPO)	40		5	3	8
--/97	HORTOFRUTÍCOLA MÉNDEZ, S.A.	35	4			4
82/94	S.A.T. SAN CAYETANO (ALPI)	35	6			6
126/96	VERDIMED	35	*			
55/102	FRUTAS ESTHER, S.A.	32	2	6		8
95/105	COOP. HORTAMIRA	32	6		3	9
94/114	COOP. AGROSOL	31	7			7
--/148	S.A.T. AGRICOLA AGUILEÑA (AGRASA)	25	3			3
--/151	NATURAL SALADS, S.L.	25	2			2
Resto de centrales murcianas entre las de mayor facturación de España						
152	AGROMARK 96, S.A.	25	2			2
161	EL CIRUELO, S.L.	24		4	3	7
171	SOGESOL, S.A.	23	*			
177	FRUCA, S.A.	22			2	2
179	FRUTAS EL DULZE, S.L.	22	2			2
197	COOP. SACOJE	20	6	1		7
196	COOP. UNILAND	20	2	6		8
195	FRUTAS BERI, S.A.	20			3	3
194	S.A.T. AGRICOLA PERICHAN	20	5			5
207	COOP. AGROMEDITERRÁNEA	18	7			7
218	COOP. CAMPO DE LORCA	18	1			1
221	GRUPO HORTOFR. MURCIANA DE VEGETALES, S.L.	17	3			3
225	TANA, S.A.	17			4	4
236	AGRAR SYSTEMS, S.A.	16	1			1

Fuente: Alimarket (2000, 2005a). ^aSecretaría de Estado de Turismo y Comercio. H= Hortalizas; F= Frutas; C= Cítricos. *= Especializado en este tipo de producto, pero no se conoce el número de productos.

Tabla 83. Principales centrales hortofrutícolas murcianas (Cont.)

Ranking 1999/2005	Nombre	Ventas (2004) Mill. €	Nº de productos ^a			
			H	F	C	Total
Resto de centrales murcianas entre las de mayor facturación de España						
242	S.A.T. COARA DE LORCA	16	1			1
249	COOP. FRUVEG	15	10			10
259	AGRIOS EL CARRIL, S.L.	14			4	4
290	S.A.T. AGRICULTORES DEL SURESTE	13	2			2
294	COOP. EL LIMONAR DE SANTOMERA	13		1	4	5
306	COOP. LOS VALIENTES	12	8	5		13
316	AGROLINGO, S.L.	12	1			1
325	POZO SUR, S.L.	11	3			3
324	PRODUCCIONES AGRICOLAS DEL SURESTE, S.L.	11	6			6
330	COOP. CIEZANA DE FRUTAS	11	1	6		7
329	FRUTAS APEMAR, S.L.	11			2	2
336	HORTOFRUTÍCOLA TOPI, S.A.	11	4	5	2	11
349	ZAPATA Y COMPAÑÍA, S.L.	11			4	4
359	COOP. THADER CIEZA	10		5		5
360	FRUTEMI, S.L.	10	3		1	4
369	ROTECA FOOD, S.L.	10	1			1
385	EL CASÓN DE CARRASCOY, S.L.	9	1		3	4
386	FRUTAS ESPARZA, S.L.	9	1			1
391	AGRÍCOLA SANTA EULALIA, S.L.	9	2			2
403	AGROEXPORT JOSÉ RODRÍGUEZ, S.A.	9	3			3
402	COOP. HOYAMAR	9	3			3
417	FRUTAS SELECTAS MURCIANAS, S.A.	9			*	
443	BIOCAMPO, S.L.	8	4			4
434	FRUTAS NATURALES, S.A.	8			3	3
451	COOP. DEILOR	8	2			2
453	MARIANO SÁEZ, S.A.	8			3	3
461	LANGMEAD ESPAÑA, S.L.	8	1			1
476	S.A.T. HORTÍCOLA LÓPEZ FRANCO	7	2			2
478	AGROTOMY, S.L.	7	1			1
500	INTERCROP IBÉRICA, S.A.	7	3			3
498	JOSÉ CÁNOVAS PARDO, S.L.	7	2			2
526	S.A.T. AGROTHER	6	5			5
531	TOMÁS ALCÁZAR, S.A.	6			1	1

Fuente: Alimarket (2000, 2005a). ^aSecretaría de Estado de Turismo y Comercio. H= Hortalizas; F= Frutas; C= Cítricos. *= Especializado en este tipo de producto, pero no se conoce el número de productos.

En cuanto a la cartera de productos de estos 67 operadores, el 77,6% (52 operadores) comercializan **hortalizas**, frente al 22,4% (15 operadores) que comercializan frutas, y el 31,3% (21 operadores) que trabajan con cítricos. Si consideramos los 20 operadores de mayor dimensión, el porcentaje de las que

comercializan **hortalizas** se eleva al 90% (18 operadores), frente al 35% de frutas (7 operadores), y el 30% de las que operan con cítricos (6 centrales). Estos datos demuestran el mayor tamaño de los operadores que comercializan **hortalizas** en comparación con los de frutales y cítricos.

Si comparamos los datos de las 67 centrales hortofrutícolas murcianas de mayor dimensión con los correspondientes al total de las 438 analizadas anteriormente, se observa una cartera más diversificada de las primeras.

La evolución observada por las principales centrales hortofrutícolas murcianas, comparada con la de los principales operadores nacionales ofrece los siguientes puntos a destacar:

- Sólo 3 (25,7%) de las primeras 12 centrales murcianas que trabajan con **hortalizas** y que ya operaban en 1999 ganan en 2004 posiciones en el ranking. En 2004 sólo una empresa está entre las 10 primeras nacionales, la misma que se mantiene entre las 20 primeras.
- En 1999 las 10 primeras centrales hortofrutícolas murcianas sumaban una cifra total de ventas igual al 40,6% de lo que sumaban los 10 primeros operadores nacionales. En 2004, dicha proporción apenas si cambia, y pasa al 40,9%. Entre dichos periodos los 10 primeros operadores nacionales incrementan sus ventas un 55,5%, cifra muy parecida a la que supone el incremento en la cifra de ventas de las 10 primeras centrales murcianas (56,8%).

En definitiva, a nivel agregado da la impresión que las centrales hortofrutícolas murcianas han sabido mantener su presencia y tamaño en el mercado, lo que es buena señal de su dinamismo. Sin embargo, el análisis más pormenorizado nos lleva a pensar en una pérdida de protagonismo de las centrales murcianas que comercializan **hortalizas**, pues como se acaba de indicar sólo 3 (25,7%) de las primeras 12 han mejorado su posición en el ranking de las principales centrales españolas en 2004, respecto a 1999.

Una manifestación de este dinamismo del sector lo constituyen las inversiones que están realizando sus centrales hortofrutícolas para mejorar su posición competitiva. La tendencia en este sentido ha cambiado en los últimos años, y actualmente se puede decir que:

- La inversión en producción en la Región de Murcia está dedicada no tanto a poner en actividad nuevas plantaciones o crear nuevas plataformas, sino en mayor medida a incrementar la productividad mediante el aumento de la dotación tecnológica en almacenes de manipulación y en producción, principalmente en los invernaderos, y mediante la renovación varietal en lo referido a la fruta de hueso y la uva de mesa. En este aspecto, el descenso en el impulso inversor de las empresas de la Región queda reflejado en la Tabla 84. Los datos mostrados por Alimarket (2004) y (2000) sobre las inversiones realizadas o pendientes permiten obtener las siguientes dos conclusiones: **1)** mientras que las inversiones contabilizadas en la Región de Murcia se reducen un 44,4% en el periodo 1999-2000 a 2003-2004, en las comunidades andaluza y valenciana aumentan en porcentajes parecidos, pero positivos; por otra parte **2)** lo anterior se traduce en que mientras las inversiones murcianas en el periodo 1999-2000 suponen el 38% de las andaluzas y el 87,7% de las de la comunidad valenciana, en el periodo 2003-2004, dichos porcentajes se reducen respectivamente hasta el 14,7% y el 32,9% respectivamente.

Tabla 84. Inversiones declaradas por las empresas del sector

Millones de €	Comunidad Murciana	Comunidad Andaluza	Comunidad Valenciana
Realizadas en 2003	3,5	45,6	40,6
En curso y proyectadas para 2004	14,3	74,8	13,5 ^a
Total (2003-2004)	17,8	120,4	54,1
% cambio 2003-2004 s/ 1999-2000	-44,4	+43,0	+48,2
% Murcia /Otra Comunidad		14,7	32,9
Realizadas en 1999	13,2	32,9	20,3
En curso y proyectadas para 2000	19,8	51,3	16,2
Total (1999-2000)	32,0	84,2	36,5
% Murcia / Otra Comunidad		38,0	87,7

Fuente: Alimarket (2004; 2002). ^a No contabiliza inversiones previstas por Anecoop (cuarta gama) y Martinavarro (nueva central).

- Cada vez es mayor el número de empresas murcianas que están produciendo en otros países, principalmente en Marruecos, particularmente melocotón y tomate. Hay iniciativas para producir asimismo melón y sandía.
- Las inversiones para incrementar el valor añadido de los productos se están centrande en cuarta gama, sobre todo de hortalizas.

- Se invierte también en la creación y desarrollo de redes comerciales en el exterior, ya sea de forma autónoma como sobre todo en colaboración con otras empresas.
- Probablemente la principal partida de inversión proviene de la adaptación de la empresa para cumplir con las demandas de la gran distribución; esto ocurre principalmente en tres áreas: protocolos de calidad-trazabilidad; manipulación, presentación y envasado; y disponibilidad y regularidad del suministro durante todo el año.

En general el sector está compitiendo cada vez más en un mercado globalizado debido a tres condicionantes básicos. En primer lugar, debido a la fuerte dependencia de las exportaciones, que suponen el 70% de la producción murciana de hortalizas. También por el aumento de las compras exteriores, de modo que incluso algunos operadores españoles se han instalado en el extranjero de cara al control de la calidad y precios de aprovisionamiento. Y por último, y relacionado con estos dos factores, han contribuido a la apertura de mercados el asentamiento y las nuevas adquisiciones en España por parte de algunas multinacionales del sector (Alimarket, 2004).

En lo referido a la actividad internacional de las centrales murcianas cabe citar algunos datos (Tabla 85). En primer lugar, la mayoría de las principales empresas tienen en la exportación su principal fuente de negocio. De hecho, si sólo una empresa murciana aparece entre los primeros veinte operadores en frutas y hortalizas, cuatro empresas murcianas que trabajan con **hortalizas** aparecen entre las diez principales empresas hortofrutícolas que exportan. Se trata de Antonio Muñoz y Cia que exporta por un importe de 145 millones de euros (78,4% de su facturación), Grupo G's Fresh Salads (94 millones de euros; 82,5%), Grupo Fruca (75 millones de euros; 77,3%), y el Grupo Hortofrutícola Paloma (64 millones de euros; 83,1%).

Ante la importancia que tienen las exportaciones para una buena parte de las principales empresas del sector regional, algunas de ellas han apostado por reforzar su control sobre las mismas. Este es el caso del grupo Antonio Muñoz y Cía (AMC) que ha adquirido a la británica The Albert Fisher Group el 50% que aún no controlaba en Producción Agrícolas Especiales, y en las comerciales frutícolas Muñoz-Mehadrin de Reino Unido, y Agricommerce de Francia. Otras empresas también exportadoras cuentan con filiales en Europa como la murciana Fruca y también el Grupo Hortofrutícola Paloma y Frutas Esther, presentes en el Reino Unido, a través de A. Gómez & Co. (Alimarket, 2004).

El carácter eminentemente exportador de las centrales murcianas hace que sean altamente permeables a las participaciones de capital extranjero, sobre todo las que comercializan **hortalizas** en comparación con las de frutas. Como se puede ver en la Tabla 86, que presenta las participaciones extranjeras en centrales de la Comunidad murciana, andaluza y valenciana, el número de empresas participadas y sus ventas son mayores en la comunidad murciana. Además, las participaciones extranjeras son en general de mayor cuantía, nunca inferiores al 50% y en cuatro casos del 100%. Por último, las tomas de participaciones provienen en el caso murciano en su gran mayoría del Reino Unido, que tiene una especial preferencia por la Región de Murcia ya que es en ésta donde se ubican todas las participaciones de este país.

Tabla 85. Principales centrales hortofrutícolas exportadoras murcianas que operan con hortalizas

Ranking exportador	Nombre	Ventas (2004) Mill. €	Exportaciones 2004	
			Mill. €	% sobre ventas
10 primeras empresas exportadoras españolas				
1	COOP. ANECOOP	369	329	89,0
2	GRUPO MARTINAVARRO	212	150	70,7
3	ANTONIO MUÑOZ Y CIA., S.A.	185	145	78,4
4	GRUPO G'S FRESH SALADS	114	94	82,5
5	SANLUCAR FRUIT, S.L.	94	89	93,9
6	FRUTAS Y HORTALIZAS NACES, S.A.	85	80	94,1
7	GRUPO FRUCA	97	75	77,3
8	S.A.T. BONNYSA	133	67	50,1
9	GRUPO HORTOFRUTÍCOLA PALOMA, S.A.	77	64	83,1
10	GRUPO LA UNIÓN	129	62	48,1
Resto de empresas murcianas entre las mayores exportadoras				
16	S.A.T. URCISOL	60	50	83,3
18	CONSORCIO DE EXPORTACIÓN AMACO	51	47	93,1
20	DIFRUSA EXPORT, S.A.	72	46	64,4
33	COOP. GREGAL	45	35	77,8
42	S.A.T. DURAN	50	30	60,0
48	S.A.T. SAN CAYETANO (ALPI)	35	27	78,0
51	KERNEL EXPORT, S.L.	47	25	53,2
66	AGROMARK 96, S.A.	25	22	88,7
69	COOP. HORTAMIRA	30	22	72,6
74	FRUTAS ESTHER, S.A.	32	20	63,9

Fuente: Alimarket (2005b).

Tabla 86. Participación extranjera en las centrales hortofrutícolas

Empresa	Ventas	Participación extranjera
Comunidad Murciana		
GRUPO G'S ESPAÑA, S.L.	114,0	80% G'S Fresh Salads, LTD. (Reino Unido)
AGROMARK 96, S.A.	24,9	67% Marshalls, LTD. (Reino Unido)
SOGESOL	23,0	100% Crudi, S.A. (Francia)
LANGMEAD ESPAÑA, S.L.	7,5	100% Langmead, David Winston (Reino Unido)
INTERCROP IBERICA, S.L.	6,5	100% Intercrop (Reino Unido)
NATURES WAY ESPAÑA, S.L.	5,0	100% Natures Way Foods, LTD. (Reino Unido)
Comunidad Andaluza		
AGROPONIENTE	85,0	5% Berjafruta, S.L. (Alemania)
GRUPO YES PROCUREMENT..., S.L.	18,0	50% Univeg Import, S.A. (Bélgica)
IMPORT EXPORT FRUVA, S.L.	6,0	75% Four Seasons (Italia)
Comunidad Valenciana		
GREENERY ESPAÑA, S.A.	35,0	100% Greenery International, B.V. (Holanda)
SOLDIVE ESPAÑA, S.L.	17,0	Minoritario: particulares franceses (Francia)
S.A.T. UVAS ALICANTE	5,4	Minoritario: Tissot, Marie Emile (Francia)

Fuente: Alimarket (2005a).

Una de las características más notorias del sector hortofrutícola murciano es los vínculos que las empresas mantienen entre sí, unas veces porque están integradas en el mismo grupo y otras porque una misma empresa puede ser socio en multitud de empresas distintas. La Tabla 87 nos ofrece información sobre los principales grupos con central hortofrutícola que operan en la Región de Murcia. Como se puede ver, existe una gran variedad de sociedades, que en algunas ocasiones integran a otras, incluso de tipo comercial. En cualquier caso, la creación de estos grupos permite concentrar la oferta, planificar su abastecimiento y suministro, prestar un mayor número de servicios tanto a proveedores como a clientes, establecer relaciones estables con ambos y, en definitiva, responder mejor al poder y a las elevadas exigencias de sus clientes, esto es, las cadenas de distribución y sus centrales de compra. Con la misma finalidad, los pequeños productores agrarios desarrollan estrategias de cooperación similares, creando centrales hortofrutícolas bajo la fórmula de cooperativas agrarias y Sociedades Agrarias de Transformación (SATs).

Por lo general, el mayor grado de planificación y control de la producción, la prestación de un mayor número de servicio a proveedores y clientes, el establecimiento de fuertes vínculos con ambos, y el acercamiento a las grandes cadenas detallistas, se da por este orden en: **1)** grandes grupos hortofrutícolas formados por un reducido número de empresas que integran la producción, la manipulación y la comercialización, **2)** cooperativas agrarias formadas por un número reducido de agricultores, **3)** cooperativas agrarias formadas por un gran

Tabla 87. Principales grupos empresariales hortofrutícolas de la Región de Murcia que operan con hortalizas y empresas que los integran

Nombre	Población	Empresa productora	Comerciales
GRUPO HORTOFRUTÍCOLA PALOMA, S.A.	Mazarrón	- Hernández Zamora, S.A. - Alfonso y Ginés, S.A. - SAT Prodema - Agrícola Paloma, S.A. - SAT Primpal	A. Gómez & Co. LTD (Inglaterra) (P)
GRUPO FRUCA.	Fuente Álamo	- Fruca Marketing, S.L. - S.A.T. 9821. Grupo CFM - DOUNA EXPORT, S.A. - Fruca S.A.	Direct Fruit Int., LTD
GRUPO AMC	Murcia	- Antonio Muñoz y asociados cítricos, S.L. - Antonio Muñoz Valencia Cítricos, S.L. - AMC Huelva Cítricos, S.L. - Explotaciones Agrícolas Carrascoy, S.L. - Cañada de Beas, S.A. - Los Saurines, S.A. - AMC Prod. Agric. Especiales Cañada, S.L. - Albert Fisher Producciones Especiales, S.A. - Opal Europa, S.L.	Incomex S.L. Muñoz Mehadrin LTD (Reino Unido) Agricommerce (Francia) Muñoz San Miguel
GRUPO G'S FRESH SALADS	Torre Pacheco	- G'S España S.L. - Explotaciones Agrícolas La Pinilla, S.L. (P) - Hortalizas El Llano, S.L. (P) - Pascual Hermanos, S.A. - Cítricos de Almenara, S.L. - Frutas y Hortalizas del Sureste, S.L. - Hortalizas de Europa, S.L. - S.A.T. Las Primicias	
GRUPO JUAN MARÍN BRAVO	Lorca	- Agro-Cazalla, S.L. - Cooperativa Campo de Lorca - Frutas y Verduras Juan Marín Bravo, S.L.	

Fuente: Elaboración propia y Alimarket (2005a). (P) Participada.

número de pequeños agricultores, **4)** centrales hortofrutícolas que se proveen de pequeños agricultores, y **5)** alhóndigas.

Cooperativas y SATs

Para hacer frente a los condicionantes (técnicos, económicos, etc.) que dotan de elevada incertidumbre a la actividad agraria, las empresas establecen relaciones de cooperación a través de Sociedades Agrarias de Transformación (SAT) y Cooperativas Agrarias. A través de estas figuras, los socios acceden de forma conjunta a una serie de recursos y capacidades con los que disminuyen los riesgos de su actividad y alcanzan mayores niveles de eficiencia. Aunque prácticamente

estas figuras se han generalizado en todos los sectores, el papel que desempeñan es especialmente importante en el terreno de la alimentación perecedera.

Del total de 88 centrales hortofrutícolas murcianas que adoptan la forma asociativa (68 cooperativas y 20 SAT) el 50,0% (44 empresas asociativas) trabajan con **hortalizas**, porcentaje similar al de frutas (53,4% y 47 empresas asociativas), pero superior al de cítricos (22 empresas asociativas, el 25,0%).

De las 67 principales centrales hortofrutícolas murcianas por volumen de facturación de la Tabla 83, 15 son cooperativas (22,3%, de ellas 13 operan con **hortalizas**) y 9 SAT (13,4%, todas trabajan con **hortalizas**). Los porcentajes de participación de cooperativas y SAT disminuyen entre las empresas de mayor dimensión, de forma que entre las 25 primeras encontramos 4 cooperativas (16%, todas operan con **hortalizas**) y 4 SAT (16%, todas trabajan con **hortalizas**), y entre las 10 primeras 1 cooperativa (10%) y 2 SAT (20%), de forma que las tres operan con **hortalizas**. Estos datos demuestran que, al igual que sucedía para el conjunto de las centrales hortofrutícolas, las entidades asociativas que trabajan las **hortalizas** presentan una mayor dimensión.

Tabla 88. Principales cooperativas y SATs que operan con hortalizas

Región de Murcia	2000		2004					
	Ventas	Cuota s/10	Ventas	Cuota s/10	Posición	Ranking 10		
10 primeras	336,5	-	379,43					
5 primeras	218,3	64,8%	252,84	66,6%				
Cooperativas y SAT								
SAT Grupo Hort. Abemar	72,1	25,0%	13,0 ⁽²⁰⁰³⁾	-	-10	-		
Coop. Surinver	50,5	17,5%	62,8	16,6%	+1	1		
SAT Urcisol	37,3	12,9%	60,0	15,8%	+1	2		
Coop. Gregal	29,6	10,3%	45,0	11,9%	=	4		
Coop. Coato	28,8	10,0%	18,0	-	-	-		
SAT Agrícola Aguiluña	24,8 ⁽²⁰⁰¹⁾	7,3%	25,3	6,6%	-2	8		
SAT Durán	24,6	7,3%	50,0	13,2%	+4	3		
Coop. Uniland	24,3 ⁽²⁰⁰¹⁾	7,2%	20,0	5,3%	-1	9		
SAT San Cayetano	22,8	6,7%	35,0	9,2%	+4	5		
Coop. Agrosol	21,6	6,4%	31,0	8,2%	+4	6		
Coop. Hortamira	19,8	-	30,3	7,9%	-	7		
Comunidad Valenciana	2000			2004				
	Ventas	Cuota s/10	Índice relativo ¹	Ventas	Cuota s/10	Índice relativo	Posición	Ranking 10
10 primeras	331,4	-	0,98	379,8	-	1,0		
5 primeras	227,3	68,6%	1,04	294,6	77,7%	1,2		

Tabla 88. Principales cooperativas y SATs que operan con hortalizas (cont)

Cooperativas y SAT								
Comunidad Valenciana	2000			2004				
	Ventas	Cuotas/10	Índice relativo ¹	Ventas	Cuotas/10	Índice relativo	Posición	Ranking 10
SAT Bonnysa	82,2	24,8%	-	102,8	27,0%	-	=	1
Coop. Sagrado Corazón de Jesús	45,9	13,8%	-	48,2	12,7%	-	-1	3
SAT Frutsol	42,1	12,6%	-	54,0	14,2%	-	+1	2
Coop. Agrícola San Bernardo	28,7	8,6%	-	32,0	8,4%	-	=	4
Coop. Nulexport	28,4	8,5%	-	32,0	8,4%	-	=	5
Coop. Citrícola San Alfonso	24,0	7,2%	-	25,0	6,5%	-	-1	7
Coop. Ag. Callosa D'en Sarria	22,2	6,7%	-	25,5	6,7%	-	-1	6
Coop. Agrícola Alginet	21,9	6,6%	-	17,0	-	-	-	-
Coop. Ntra. Sra. del Oreto	18,3	5,5%	-	22,2	5,8%	-	-1	8
Coop. Betxi Export	17,6	5,3%	-	18,0	4,7%	-	=	10
Andalucía	2000			2004				
	Ventas	Cuotas/10	Índice relativo ¹	Ventas	Cuotas/10	Índice relativo	Posición	Ranking 10
10 primeras	554,6	-	1,6	669,0	-	1,8		
5 primeras	356,6	64,2%	1,6	465,1	69,5%	1,8		
Cooperativas y SAT								
Coop. San Isidro Partidores	108,2	19,5%	-	142,2	20,6%	-	=	1
SAT Costa de Almería	75,9	13,6%	-	88,7	12,8%	-		2
SAT Agroiris	61,3	11,0%	-	78,2	11,3%	-	+1	4
Coop. Sta. M ^a Rabida	60,1	10,8%	-	80,2	11,6%	-	-1	3
Coop. Vicasol	51,1	9,2%	-	75,8	10,9%	-	=	5
SAT Agromurgi	49,3	8,8%	-	48,6	7,0%	-	+1	7
SAT Canalex	42,6	7,6%	-	18,0 ⁽²⁰⁰³⁾	-	-	-	-
Coop. Carchuna La Palma	42,2	7,6%	-	63,4	9,2%	-	-2	6
Coop. Hortamar	33,6	5,9%	-	34,6	5,0%	-	=	9
Coop. Moguer Cuna Platero	30,9	5,5%	-	45,6	6,6%	-	-2	8

Fuente: Alimarket (2001, 2005a). Datos en millones de €. ¹ Este índice relativo está calculado respecto al volumen de facturación de las 10 y 5 primeras cooperativas y SAT de la Región de Murcia.

Asimismo, se observa que ninguna de las cinco centrales hortofrutícolas más importantes por facturación es propiedad ni de cooperativas ni de SAT. Estos datos ponen de relieve el menor tamaño medio de estas formas asociativas de empresas que sus homólogos mercantiles.

En la Tabla 88 se ofrece información comparativa sobre este tipo de sociedades en las tres comunidades autónomas que tienen mayor peso en el sector hortofrutícola español. Se constata el elevado número de estas sociedades en las tres comunidades, indicador de que no es un fenómeno nuevo, pero que sí está protagonizando actualmente un mayor grado de dinamismo en cuanto a la concentración y verticalización industrial de sus actividades. Específicamente en el año 2000 estas tres comunidades presentaban unos grados de concentración similares, pues las cinco primeras Coops. y/o SATs de cada comunidad representaban en torno al 64-68% del volumen total comercializado por las 10 primeras. En cuanto al tamaño empresarial, en la comunidad andaluza predominaban cooperativas y SAT de mayor tamaño que en Murcia, pues atendiendo a los volúmenes de facturación en Andalucía son 1,6 veces más grandes que en Murcia (dato correspondiente al índice relativo). No ocurre así con respecto a Valencia, pues los índices relativos toman unos valores próximos a 1.

Si atendemos al año 2004, observamos que en la Región de Murcia el grado de concentración de las 5 primeras cooperativas y SAT apenas ha variado un 2,7% en el período 2000-2004, situándose en el 66,6% de cuota sobre el volumen total comercializado por las 10 primeras sociedades murcianas. Esta situación contrasta con la mostrada en Valencia y Andalucía. En ambas se constata una tendencia a la concentración entre las 5 primeras de cada comunidad, situación que es más acusada en Valencia. En ésta, las 5 primeras cooperativas y SAT han pasado de representar en el 2000 el 68,6% del volumen comercializado por las 10 primeras al 77,7% en el 2004 (13,2% de crecimiento). Esto ha provocado que el tamaño medio respecto a los operadores murcianos haya aumentado, de manera que si en el 2000 casi tenían el mismo tamaño en el 2004 ya eran 1,16 veces más grandes.

Esta misma tendencia, aunque no tan acusada, también se pone de manifiesto en Andalucía ya que el grado de concentración ha pasado del 64,2% al 69,5% en el 2004 (8,2% de crecimiento). Si bien hay que decir que en esta comunidad los operadores son de un tamaño relativo mayor, pues si en el 2000 ya eran 1,63 veces más grandes que los murcianos, en el 2004 eran 1,83 veces mayor.

De la realidad descrita anteriormente se desprende que, a diferencia de las cooperativas y SAT murcianas, sus más directos competidores de las regiones aledañas han emprendido el camino de la reestructuración tendente a crear estructuras de mayor tamaño, con una capacidad suficiente para competir en el mercado y generar recursos y economías de escala con las que afrontar y rentabilizar las inversiones necesarias en instalaciones y equipos destinados a la manipulación, transformación y comercialización.

Este proceso de concentración e industrialización tiene muy diferentes grados de desarrollo entre las comunidades autónomas como se constata en los datos de la tabla anterior, estando Murcia atrasada en este necesario proceso de cambio dada la realidad del sector.

Organizaciones de Productores

En línea con el objetivo de la Organización Común de Mercado (OCM) de frutas y hortalizas de fomentar el asociacionismo agrario entre los productores, la OCM asigna un papel muy importante a las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH). En el año 2004 existían en España un total de 630 OPFHs que representan en torno al 50% de la producción del sector, concentrándose su presencia principalmente en la Comunidad Valenciana, Andalucía, Murcia y Cataluña.

En Murcia, específicamente, el número de OPs ha oscilado a lo largo de los años. Hoy en día reciben dicha calificación 85 empresas (13,5% del total nacional), de las que 50 trabajan en exclusiva o en combinación con otros productos las **hortalizas**, 41 las frutas y 27 los cítricos.

Comerciales Hortofrutícolas Conjuntas

Además de las alhóndigas y las centrales, en origen operan otras empresas cuya principal función es la comercial, destacando los consorcios y las cooperativas de segundo grado. En ambos casos se trata de empresas independientes pero participadas por otras que se agrupan con el fin de poder satisfacer demandas que, sobre todo por volúmenes y gama de productos, pero también por riesgos e inversiones, ninguna podría acometer de forma independiente.

Para reforzar las ventas en el exterior se produce la creación de consorcios en la línea iniciada por Difrusa Export (Tabla 89), con filiales en Alemania y Polonia, y delegaciones en Hungría y República Checa. Además participa en el Consorcio

de Servicios Logísticos con sede en Rusia. Para completar el surtido se integran en Difrusa empresas de otras regiones, principalmente Almería, canalizando alrededor del 20% de la producción de sus socios, siendo los productos principales tomate, lechuga, pepino, pimiento, limón y las frutas de hueso. Con su marca “Calor” comercializa un buen porcentaje de dichas ventas. Este mismo camino de la creación de consorcios ha sido emprendido por otras ocho compañías murcianas con la creación del Grupo Hortiberia (Alimarket, 2002).

Anecoop es una empresa cooperativa 2º grado de origen valenciano. Se trata de la mayor empresa hortofrutícola por volumen de facturación, controlando un buen número de empresas y delegaciones comerciales en Europa y con niveles de integración crecientes a varios niveles, tanto en la exigencia a sus cooperativas socias de exclusividad en la venta de sus productos a través de Anecoop, como en la realización de otras actividades de tipo industrial, como la realización de zumos. En Murcia dispone de una oficina a través de la que canaliza las ventas de sus cooperativas asociadas en la Región. Por lo que respecta a Unexport, cooperativa de segundo grado creada en 2001 en Lorca, también tiene cooperativas de Almería, como Canalex, canalizando alrededor del 20% de la producción de sus socios. En 2002 creó UNEXPORT FRANCE, en Perpignan.

Tabla 89. Consorcios de exportación y cooperativas de segundo grado que operan con hortalizas en la Región de Murcia

Nombre	Tipo	Empresas murcianas integradas	Ubicación	Ventas en 2000	Ventas en 2004 (variación)
Anecoop	Cooperativa de 2º grado	Valle de Abarán; Agrosol; Agra; Frutas y Cítricos de Mula; Hortamira; Frutos Librilla; S.A.T. Agroter	Valencia	323,7	389,0 (+20,2%)
Difrusa Export	Consorcio	Durán; Hernández Zamora; Fruca; Frutas Esther; S.A.T. Primpal	R. Murcia	55,1	72,1 (+30,7%)
Amaco	Consorcio	Coexma; Cota 120; La Vega de Cieza; Horfrusa	R. Murcia	34,2	50,7 (+16,4%)
Unexport	Cooperativa de 2º grado	Expoáguilas; Sacoje; Thader; Frutos Librilla; Ciezana de Frutas; Agrosol; Agroter; Coalor; Hoyamar; Campocieza	R. Murcia	n.d.	12,0 ^a
Hortiberia	Consorcio	Miguel Parra e Hijos; Grupo Juan Marín Bravo; Agromark; Olé!; Agrícola Aguileña; Molinense Distribución y Mercados; San Cayetano; Producciones Agrícolas del Sureste	R. Murcia	n.d.	12,5

Fuente: Elaboración propia y Alimarket (2001, 2005a). Datos en millones de euros. ^a en 2003.

Centrales de Compras

Mención aparte merecen las centrales de compra. Su creación viene potenciada por los principales grupos de distribución con el fin de conseguir precios más competitivos, ya estén ubicadas en los principales países productores o bien en zonas de consumo. En la siguiente tabla se ofrecen datos específicos de los principales operadores en la comercialización en origen de la producción hortofrutícola y cuáles son las cadenas de distribución con las que trabajan. Como se puede observar en la Tabla 90, las principales centrales de compra están ubicadas en Valencia, si bien entre ellas hay que destacar una que actúa en la Región de Murcia (García Lax), que opera para el grupo Lidl.

Con las centrales de compras en origen las empresas tratan de acercarse a la producción salvando escalones intermedios y teniendo un mayor control de las compras. De esta forma, con la única excepción de García Lax, las centrales son propiedad o están participadas por el grupo de distribución. La tendencia al acercamiento a origen sigue fuerte entre los grupos de distribución europeos y la última noticia es que el grupo alemán Rewe, que anteriormente era aprovisionado por el grupo productor-comercializador Bocchi, empieza a comprar con Eurogroup España S.A., una filial de Eurogroup Bruselas, una eurocentral con Coop. Suiza y Laurus (www.icex.com). La principal empresa con capital extranjero es SOCOMO, central de compras del distribuidor francés Carrefour, siendo la procedencia de sus productos principalmente de España (90%), y concretamente de Valencia, Andalucía, Murcia, Aragón y Cataluña. García Lax se responsabiliza del aprovisionamiento de los pedidos realizados por LIDL en el Sur de Europa.

Tabla 90. Principales centrales de compra

Central	Cadenas destinatarias	Fórmula detallista	Ventas 2002	Ventas 2004	Ubicación	Mercados de destino de sus productos
Sociedad de Compras Modernas (SOCOMO)	Grupo Carrefour	Hipermercado Supermercado Soft Discount	402,2	514,0	Villanueva de Castellón (V)	Exportaciones: €226 millones Mercados: Francia, Bélgica, Italia, Polonia, Portugal, Suiza, Reino Unido, Grecia, Eslovaquia y Chequi.
EDEKA Fruchtkontor España, S.L.	EDEKA	Supermercado	215,0	210	Valencia	Alemania entre otros
IBERIANA Frucht, S.A.	Markant-Handels Und Service	Cooperativa independiente de compras 7.500 supermercados ; 66 Cash and Carry; 1160 supermercados grandes e hipermercados	93,0	100	Massama grell (Valencia)	Alemania, República Checa, Italia, Austria y Suiza
Tengelmann Fruta España, S.L.	Tengelmann	Hard Discount	68,0	70	Valencia	Alemania entre otros
NAF International	Naf	Cooperativa	60,0	65	Valencia	Dinamarca, Noruega, Finlandia y Suecia
Zenalco, S.A.	Auchan	Hipermercado, supermercado y autoservicio proximidad	61,1	71,4	Valencia	Francia, Italia, Portugal y Polonia (entre otros)
García Lax	Lidl	Hard Discount	26,0	71,25	Murcia	

Fuente: Alimarket (diversos números).

6.4.- Decisiones de marketing

6.4.1.- Decisiones de producto

Calidad

El término calidad describe el grado de excelencia del producto o su idoneidad para un uso determinado, dependiendo de diferentes características tales como las sensoriales (apariencia, textura, sabor y aroma), el valor nutritivo, constituyentes químicos, etc. La apuesta por la calidad adquiere una importancia determinante para el futuro del sector y se constituye como uno de los grandes retos del sector hortofrutícola en general. Actualmente el concepto de calidad del producto añade a los tradicionales, apariencia, frescura o sabor, otros requisitos complementarios como la ausencia de residuos químicos en el producto, el respeto medioambiental en su obtención y la seguridad y salud de los consumidores.

Las normas de calidad en frutas y hortalizas vienen delimitadas a través de distintos organismos e instituciones y agentes del mercado (la propia distribución a través de la norma EUREP-GAP juega un papel primordial o incluso normas propias). Esta normativa tiene que ver con el contenido de residuos contaminantes en productos vegetales derivados del uso de pesticidas y otros productos fitosanitarios. También hay normas, desarrolladas por AENOR, por ejemplo sobre producción controlada de hortalizas en cultivo protegido (serie UNE 155.001) y de hortalizas al aire libre (serie UNE 155.002). También está experimentando un importante desarrollo la agricultura ecológica para la cual se han diseñado sus propios protocolos y normativas y, en menor medida, la agricultura integrada.

En la Región de Murcia se cultivaron, en 2005, 814 Has de **hortalizas** ecológicas, lo que supone en torno al 1,6% de la superficie total de cultivos hortícolas en la Región (48.947 Has), y el 21,1% de la superficie nacional de hortalizas ecológicas (3.854 Has). Por otra parte, de los 281 centros existentes en España que manipulan y envasan productos hortofrutícolas ecológicos, 40 (14,2%) se ubican en la Región de Murcia.

En el caso de Murcia, las Tablas 91 a 94 muestran las certificaciones obtenidas, o en trámite, por las empresas integradas en algunas de las principales organizaciones de productores. El protocolo APPCC, sobre el Análisis de peligros y puntos de control crítico, es obligatorio para todas las empresas que elaboren frutas y hortalizas. La gran distribución, consciente de la importancia del aseguramiento de la calidad, ha tomado la iniciativa de desarrollar también sus propias normas

como las EUREPGAP, que impone a las empresas al objeto de ofrecer las máximas garantías sanitarias y de respeto al entorno.

Tabla 91. Protocolos y certificaciones en las cooperativas murcianas

Sector	Nº Coop.	APPC C	ISO 9000	ISO 14000	Eurep-Gap	BRC	IFS	Natural Choice	Agric. ecológica
Cítricos	10	10	1	0	9	5	1	1	1
Fruta	25	25	6	1	15	7	0	0	4
Hortalizas	12	12	9	0	15	7	1	0	3

Fuente: FECOAM.

Tabla 92. Protocolos y certificaciones de las empresas asociadas a Proexport

Sector	EMASS II	ISO 9000	ISO 14000	EurepGap	BRC	IFS	Producción integrada	UNE 155.000
Hortalizas	5%	36%	21%	95%	48%	21%	7%	17%

Fuente: PROEXPORT. Datos correspondientes a sus 42 asociados.

Tabla 93. Protocolos y certificaciones de las empresas asociadas a Apoexpa

Sector	QS	ISO 9000	EurepGap	BRC	Producción integrada
Frutas	15%	40%	70%	50%	20%

Fuente: APOEXPA.

Tabla 94. Protocolos y certificaciones de las empresas asociadas a Fecamur

	EMASS II	ISO 9000	ISO 14000	EurepGap	BRC	Agricultura ecológica	Producción integrada
Asociada A	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
Asociada B		SÍ	SÍ		En trámite		
Asociada C		SI		SÍ	SÍ		
Asociada D	SI	SÍ	SÍ	en trámite			

Fuente: FECAMUR.

Son varios los rasgos que definen la situación actual en lo referido a los protocolos y certificaciones de calidad:

- En lo referido a los puntos críticos todavía no hay una distribución percibida como “justa” por el sector en cuanto a los niveles máximos de residuos. La principal polémica se encuentra en la consideración otorgada a los residuos de fungicidas frente a los de insecticidas. Se espera una próxima solución del problema, y todo parece indicar que la situación de las producciones españolas, y murcianas, mejorará en lo referido a este aspecto.
- Las normas de producción integrada se han mostrado poco más que inútiles. La extremada atomización generada por motivos políticos, donde

cada Comunidad Autónoma tiene su propia normativa, hace que la utilidad comercial de la norma sea nula.

- Por último, la heterogeneidad en lo referido a la enorme variedad de protocolos y empresas certificadoras hace que exista una gran incertidumbre. La consecuencia es que muchas empresas tienen varias certificaciones que en muchos casos lo único que añaden son costes a la empresa. La empresa que trabaja en programa para un cliente sabe desde el principio qué protocolo ha de seguir, pero ¿qué ocurre con el resto de producción que no va directamente a ese proveedor?. Ese protocolo puede no valer para otros clientes (o no ser valorada la producción y por tanto repercutido en precio). Y la empresa que no trabaja en programa con ningún cliente específico ¿qué protocolo ha de seguir?. La integración del sector y el trabajo de las organizaciones debería ir en buena medida dirigido a solucionar este tema.
- Pese a todo, la empresa murciana es consciente de la importancia de la calidad y mantiene unos niveles elevados de normalización. El trabajo duro ya está hecho, pero una clarificación del contexto permitiría reducir costes, ya que en muchos casos hay duplicidades que en nada benefician al sector.

Distintivos de Calidad, de Origen y Marcas Comerciales

Una posible vía por la cual ganar mercado es a través del desarrollo de distintivos de calidad, de origen y marcas comerciales. Entre las primeras, las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) y las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) son dos fórmulas reconocidas por la Comisión Europea que amparan producciones agroalimentarias que proceden de un determinado lugar y que tienen un alto nivel de calidad que las diferencian. Algunas importantes iniciativas en este sentido también vienen impulsadas por el propio sector, como es el caso de las empresas asociadas a COEXPHAL-FAECA, de origen puramente almeriense, que han creado e impulsado una contramarca **GUARANTEE SECURITAM** con la cual garantizar calidad y seguridad alimentaria tanto para productores y exportadores como importadores y distribuidores. Se trata de un sello de calidad que garantiza el cumplimiento de la UNE 155.001 y EurepGap.

También la gran distribución ha apostado por la diferenciación en calidad con la introducción de marcas de calidad garantizada (“Producción controlada Auchan” de Alcampo, “Calidad Tradición Carrefour” y “Consumer Nature” de Eroski), con las que se enriquece y diversifica la oferta general de alimentos de calidad.

En España hay 13 Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas de hortalizas en productos como la alcachofa, berenjena, coliflor, espárrago, patata y pimiento. En la Región de Murcia no hay mucha tradición en el uso de estos distintivos en la producción hortofrutícola en general y, sobre todo, en el caso de las hortalizas. Tan sólo cabe señalar una iniciativa para crear una DOP para el “Melón de Torre Pacheco”.

En cuanto al desarrollo de marcas privadas en el sector regional podemos encontrar un mayor número de iniciativas, siendo la realizada por Frutas el Dulce, con su marca El Dulce, el único caso de marquismo, protagonizando iniciativas tan inéditas en el sector como es la publicidad televisiva. Otras iniciativas son las marcas Mario (Pozo Sur) y Calor (Difrusa) en sandías.

Las principales notas que definen la situación actual en lo referido a las marcas en la Región de Murcia son:

- Las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas protegidas no parecen contar con grandes apoyos desde el sector. Se ven como corsés que imponen una normativa (una más), sin que se sea capaz de generar un beneficio desde un punto de vista comercial. Ni se dispondrían de volúmenes suficientes para crear un reconocimiento suficiente en el mercado, ni por los distribuidores ni por los consumidores.
- Se apunta como mucho mejor la creación de una marca que identificara a todos los productos españoles comercializados en España que vaya en línea con la tendencia “nacionalista” que existe en otros mercados como en el británico, donde existe un logotipo que identifica las producciones británicas en los puntos de venta.
- La creación de marcas propias de las empresas debe ir unido a unos volúmenes lo suficientemente importantes de productos que sean diferenciables a ojos del comprador. El tamaño actual de las empresas dificulta este hecho en lo que serían los grandes mercados. Sin embargo, siempre habrá posibilidades en mercados de productos más minoritarios u orientados a segmentos específicos: por ejemplo brócoli en España, o cuarta gama.
- Las marcas del distribuidor son un fenómeno que progresivamente irá imponiéndose en el sector hortofrutícola, en la medida en que las frutas y hortalizas cada vez son más importantes en la estrategia de las cadenas de

distribución. Por una parte, supondrán un obstáculo para el surgimiento de marcas de productores, por otra puede ser una oportunidad para convertirse en proveedor en la medida en que se es capaz de cumplir con los protocolos impuestos por la distribución.

El Envase y Embalaje

Las nuevas pautas de consumo, especialmente en las grandes ciudades, caracterizadas por una menor frecuencia de compra, en menos tiempo y más concentrada en la distribución moderna, ha exigido a las empresas hortofrutícolas una serie de medidas de adaptación. Entre ellas la más notoria es el envasado en formatos de libre servicio y ajustados a los distintos tamaños de los hogares. Estos formatos no se limitan al ya tradicional enmallado de naranjas, cebollas, ajos y patatas, pues han aparecido nuevos envases como las bandejas de poliespán, film extensible y flow-pack. Entre las últimas tendencias están los formatos de una unidad, destinados principalmente a las tiendas de conveniencia, y los surtidos, con los que se busca satisfacer una necesidad concreta del consumidor como elaborar un cocido o una papilla de frutas. A modo de ejemplo, la empresa murciana Pozo Sur es quizás la primera en comercializar sandía en bolsa individual.

En cuanto a los embalajes, al igual que en el caso de los envases, los distribuidores participan cada vez más activamente en el tipo de embalaje. Los condicionamientos medioambientales, de costes de gestión de reciclado, y de percepción de calidad parecen favorecer los embalajes de madera y de cartón frente a los de plástico.

Una última nota respecto a este apartado. El escaso volumen de las empresas productoras y el gran poder de la distribución está haciendo que la industria del envase y embalado “venda” a éstas últimas un determinado envase o embalaje como el que han de “imponer” a sus proveedores, que luego, han de pagar el coste de dichos envases y embalajes. Es otra consecuencia del desequilibrio que existe en la cadena de aprovisionamiento.

Productos de Valor Añadido

En respuesta a los cambios en los hábitos de consumo hacia comidas más ligeras y fáciles de preparar, y a la reducción del tamaño de los hogares, el sector ha respondido ofreciendo sus productos con un mayor valor añadido como forma de buscar la diferenciación de los mismos. Esto se observa principalmente en las hortalizas, que se ofrecen ya limpias, troceadas, envasadas y en atmósfera

modificada y refrigeradas. Es lo que se conoce como **la cuarta gama**, que se configura actualmente como un segmento de mercado con un enorme impulso (Martínez, 2005) y prueba de ello es que en los últimos años su ritmo de crecimiento se ha acelerado y en 2004 rozó el 20% en el canal de alimentación en España. La tendencia es parecida, si no mayor, en los principales mercados.

Este segmento ha configurado a España como mercado de destino de la producción de grandes grupos europeos, pero también como relevante productor de materia prima. Prueba de ello es que tres de los cinco principales operadores del mercado nacional de cuarta gama forman parte de grupos franceses e ingleses (Vega Mayor, Tallo Verde, Sogesol). (Tabla 95).

El sector regional no se ha mantenido ajeno a esta tendencia del mercado, y a pesar de la capacidad de producción e instalaciones que se requieren para comenzar a operar es reseñable que entre los principales fabricantes y comercializadores de cuarta gama hay tres empresas murcianas y otras dos han entrado recientemente en este segmento.

Tabla 95. Principales fabricantes y comercializadores de hortalizas de cuarta gama en España

10 mayores	Volumen comercializado (Tm) 2004			Marcas
	Alimentación	Horeca	Total	
Vega Mayor, S.A.	9.610	8.803	18.413	Florette
Verdifresh, S.L.	10.729	-	10.729	Verdifresh
Kernel Export, S.L.	2.282	3.775	6.057	Kernel/Luminosa
Sogesol, S.A.⁽¹⁾	n.d.	n.d.	3.000	Crudi
Tallo Verde, S.L.	1.600	-	1.600	Tallo Verde
Primaflor, S.A.	550	550	1.100	Babyfresh, Prima
Lorca María Rosa, S.L.	-	800	800	Lorca María Rosa, Cuttings
El Vergel, Prod. de la Huerta, S.L.	-	500	500	El Vergel
Hortibas, S.L.	-	500	500	Fresh Gourmet
Ensaladas La Fuente, S.L.	100	200	300	La Fuente del Álamo
Nuevos operadores de la Región de Murcia				
Sana Food Mediterráneo, S.L.				Sana Food
Conservas y Frutas, S.A. (Cofrusa)				Frescachofas, Frescafruta

Fuente: Martínez (2005). ⁽¹⁾ La mayor parte destinada a Francia e Inglaterra, con la marca Crudi, y el resto a la comercial Frutas A Z, S.L. con la enseña Carol y al grupo de distribución Caprabo con Fredeca y marca blanca.

El líder del segmento es Vega Mayor con el negocio dividido entre alimentación y horeca. Le sigue Verdifresh, S.L. abastecedora en exclusiva de Mercadona, que está apostando fuerte por todo tipo de soluciones de comida. Tal

es así que ha contribuido de modo importante a que las marcas de distribución acaparen ya el 55% de las ventas de cuarta gama en alimentación. Mientras que la enseña de Vega Mayor, Florette, mantiene un dominio incuestionable en reconocimiento de marca, potenciado con las dos campañas publicitarias realizadas en televisión y una cuota del 32%.

Sogesol, filial murciana de la empresa gala Crudi, fabrica cuarta gama para la empresa Frutas AZ, S.L., y algo para Caprabo. Para asumir el abastecimiento a estos clientes, Sogesol invirtió en el 2004 3 millones de euros en nuevas líneas de producción, si bien el grueso de su negocio sigue correspondiendo a sus ventas de ensaladas, en bolsas de 2 kilos, a los McDonalds franceses y de frutas, también de cuarta gama, y a los Mark & Spencer en Reino Unido. Así, el volumen de esta empresa, junto a las exportaciones a Portugal de Vega Mayor, constituye prácticamente las únicas ventas exteriores de cuarta gama realizadas desde España (Martínez, 2005).

Por su parte, Cofrusa dispone de una marca ya consolidada para atraer al consumidor que ahora demanda un producto más fresco. En este sentido, esta empresa murciana cuenta, además, con la ventaja de haber lanzado una hortaliza hasta ahora no presente en los lineales de cuarta gama: los corazones de alcachofas ("Frescachofas").

Otros fabricantes con menos nombre pero instalados en origen también están intentando abrirse paso en el mercado con la ventaja competitiva que les puede aportar contar con producción propia. Es el caso de Ensaladas La Fuente, que cuenta con el 90% de la materia prima transformada. En su primer año de actividad esta empresa murciana ha conseguido posicionar sus hortalizas preparadas en unas cuantas cadenas de supermercados de ámbito regional, alcanzando a buena parte de la Península. Por las mismas fechas también ha comenzado a trabajar la cuarta gama la murciana Sana Food Mediterráneo que, partiendo de su actividad hortícola, es también abastecedora de materia prima para fabricantes de cuarta gama como Vega Mayor y Verdifresh.

En definitiva, podemos decir que el mercado de la cuarta gama va a seguir creciendo, sobre todo de la mano de las cadenas de distribución minorista, que cada vez quieren dar productos de mayor valor añadido a sus clientes. También puede ser importante la cuarta gama para restauración y el ejemplo de McDonalds en Francia es prueba de que se pueden obtener volúmenes importantes en este sector. En frutas, la oxidación todavía es un problema que limita mucho las preparaciones, que deben hacerse muy cerca del lugar de consumo. Por ello,

todavía habrá que esperar los avances en envase, conservación y logística que permitan hacer posible una oferta de calidad en este tipo de producto.

Reconversión Varietal como Mecanismo de Adaptación a la Demanda

Una vía para la mejora de la calidad y la adaptación a la demanda del mercado es la renovación varietal en los productos. En algunos sectores esto está muy avanzado, como es el caso de la sandía y el melón (Alimarket, 2004b). De hecho, y teniendo en cuenta que el consumidor ya puede disponer, en mayor o menor medida, de estos productos casi todo el año, los productores apuestan por la innovación para tratar de aumentar el volumen comercializado y estimular la demanda. Concretamente, en estos dos tipos de productos, durante los últimos años, se ha ampliado su oferta ofreciendo nuevas variedades y presentaciones, destacándose la actividad de Pozo Sur como uno de los principales productores que lideran este tipo de iniciativas (Alimarket, 2004b).

Por poner algunos ejemplos, en la sandía y la uva se tiende hacia productos sin pepitas y en el caso de la sandía, esta evolución se conjuga en algunos casos con la reducción del tamaño del producto. Así, ANECOOP y AGROILLA han lanzado una sandía con ambas características, que la segunda presenta con la marca Sandy en un novedoso envase de cartón con asa.

No obstante, según FEPEX, en general la reconversión se está realizando a un ritmo muy lento. Esto es debido principalmente a la dependencia varietal que España tiene de otros países debido a que la investigación hasta ahora no ha seguido el ritmo marcado por la demanda, lo que unido a las bajas subvenciones existentes para ello, así como la dificultad de acertar con la variedad más apropiada implica un alto riesgo en esta decisión empresarial.

Algunas notas adicionales, sobre las principales motivaciones para la reconversión varietal son:

- Una buena parte de la renovación varietal, sobre todo en hortalizas, está movida por las resistencias a las plagas, en gran medida una consecuencia del monocultivo. Ello da lugar a la necesaria búsqueda de variedades nuevas que a veces se cultivan sin las suficientes garantías, provocando problemas cuando se da una inadecuada adaptación de la variedad a las condiciones productivas de la Región.

- Determinadas variedades han quedado obsoletas desde un punto de vista comercial, haciendo necesaria la reconversión hacia otras más preferidas. En algunos casos son los propios distribuidores los que participan activamente en la reconversión varietal.
- Es importante que las nuevas variedades dispongan de un volumen suficiente para poder atender las demandas de la gran distribución, pero también interés suficiente por la variedad en los distintos mercados, que permita poder comercializar el 100% de la producción, por ejemplo cualquiera que sea su calibre. Asimismo, la renovación varietal debe ir dirigida a superar algunos de los problemas de competitividad en mano de obra y agua, así como en completar los calendarios, un aspecto importante para la distribución europea.
- Las nuevas variedades deben atender a criterios de adecuación productiva, costes de producción, adecuación comercial, pero también a criterios del consumidor como los organolépticos, que adecuadamente vendidos suponen un factor de competitividad tremendamente aprovechable (p.e. tomate raf).

Trazabilidad del Producto

En respuesta a los cambios sociales (envejecimiento poblacional, incremento de comidas fuera del hogar, incorporación de la mujer al trabajo, etc.) así como a la mayor preocupación por los temas de salud y medio ambiente, los consumidores cada vez demandan más información sobre el origen y la composición de los alimentos así como de los sistemas de producción. Un claro reflejo de esta demanda cada vez más exigente es la creciente preocupación en los últimos años por la trazabilidad y seguridad de los alimentos.

En el caso de las hortalizas y frutas la identificación a lo largo de la cadena de producción y distribución puede lograrse, actualmente, con nuevas técnicas tanto naturales como artificiales (parámetros físico-químicos de los productos, marcadores de ADN,..., visores ópticos). También a través de Sistemas de Información Geográfica (SIG) se puede lograr una mayor transparencia en la cadena comercial, al identificar los distintos pasos por los que se mueven los productos. Dicha información puede ayudar a todos los actores del canal, identificando los puntos críticos en él, en cuanto a calidad y sanidad alimentaria. Los líderes en este sector en cuanto a la trazabilidad son Australia y Países Bajos. Sobre todo en el caso de los Países Bajos, las inversiones realizadas en este

aspecto se han demostrado muy productivas teniendo en cuenta las tendencias en la distribución y algunas de las recientes denuncias sobre residuos en productos y prácticas productivas que han sufrido algunas producciones españolas, por ejemplo, en Alemania.

6.4.2.- Decisiones de precios

Evolución de los Precios y Tasas de Variación

Aunque el consumo de frutas y hortalizas ha crecido durante estos últimos años, pese a los fuertes incrementos de los precios, no hay que olvidar la importancia que éstos tienen como determinantes de la demanda.

Tomando los datos del Panel de Consumo del MAPA de diferentes años, se puede observar en la Tabla 96 que en los últimos 15 años se ha producido un incremento en los precios de las frutas de un 113% y de las **hortalizas** de un 110%. En los últimos cinco años la variación es del 33% y 27%, respectivamente. Y, en el último año mostrado en la Tabla 96 la variación es de un incremento del 11,2% en frutas y del 6% en **hortalizas** para el año 2003. Cabe destacar el mayor incremento relativo de los precios de frutas y hortalizas sobre el índice general de precios y sobre el IPC de alimentación, que para el período de los 15 años analizados presentan unos incrementos del 84% y 75% respectivamente.

Tabla 96. Evolución de los precios en el sector de frutas y hortalizas frescas (€/Kg)

	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03
Hortalizas	0,63	0,7	0,77	0,79	0,8	0,91	0,94	0,93	0,98	1,03	1,08	1,12	1,12	1,19	1,34	1,42
Frutas	0,56	0,59	0,67	0,71	0,72	0,64	0,78	0,82	0,83	0,82	0,84	0,89	0,89	1,01	1,07	1,19

Fuente: MAPA (2004).

A continuación se expone la evolución de las tasas de variación de los precios de algunos productos hortofrutícolas (Ministerio de Economía, 2004). La lectura de estos datos muestra que los precios de las hortalizas son más volátiles que los de las frutas. No obstante, los incrementos medios de los precios son similares y sustancialmente superiores a los del IPC. En hortalizas, como tendencia general, se observa una aceleración importante de las tasas de crecimiento en los meses de verano. Sin embargo, la evolución de los precios en cada producto presenta particularidades propias (Tabla 97).

La evolución de estos precios en comparación con la de los principales destinos de las exportaciones españolas de frutas y hortalizas (Reino Unido, Francia y Alemania) muestra una tendencia desigual. En judías verdes y pimientos,

la evolución indica niveles de precios en Francia, Reino Unido y Alemania más elevados que en España, con diferenciales acusados especialmente en pimientos. No obstante, desde el mes de julio, destaca la convergencia de los precios de las judías verdes debido fundamentalmente a subidas considerables en España.

Tabla 97. Tasas de variación anual de los PVPs¹. Año 2003. €/Kg

	E	F	M	A	MY	J	JL	A	S	O	N	D
Tomates ensalada												
PVP2003	1,72	1,65	1,71	1,99	1,98	1,63	1,63	1,63	2,30	2,46	2,03	1,83
PVP2002	1,51	1,75	2,22	2,32	1,70	1,33	1,57	1,54	1,49	1,76	1,77	1,77
<i>T. Variación Anual</i>	13,9	-5,7	-23	-14,2	16,5	22,6	3,8	5,8	54,4	39,8	14,7	3,3
Pimientos verdes												
PVP2003	1,63	1,70	2,13	2,36	2,14	1,86	1,74	1,70	1,92	2,11	2,00	2,00
PVP2002	2,16	2,03	1,89	2,10	1,82	1,59	1,53	1,47	1,51	1,60	1,48	1,56
<i>T. Variación Anual</i>	-24,5	-16,3	12,7	12,4	17,6	17,0	13,7	15,6	27,2	31,9	35,1	28,2
Judías verdes												
PVP2003	4,10	4,48	4,81	4,02	2,90	2,66	3,02	3,86	4,78	3,53	3,40	3,59
PVP2002	3,74	3,63	3,22	3,21	2,78	2,45	2,90	2,99	3,21	2,85	2,69	3,65
<i>T. Variación Anual</i>	9,6	23,4	49,4	25,2	4,3	8,6	4,1	29,1	48,9	23,9	26,4	-1,6
Lechugas												
PVP2003	0,73	0,91	0,90	0,91	0,80	0,73	0,74	0,85	0,96	0,80	0,86	0,82
PVP2002	0,79	0,88	0,81	0,73	0,65	0,62	0,61	0,66	0,78	0,71	0,74	0,73
<i>T. Variación Anual</i>	-7,6	3,4	11,1	24,7	23,1	17,7	21,3	28,8	23,1	12,7	16,2	12,3

Fuente: Ministerio de Economía (2004). ¹ Precios medios nacionales ponderados en €. ² Media de PVP de peras comunes más abundantes: agua, ercolina, limonera y de invierno. ³ Media de PVP de manzanas comunes más abundantes: golden y starking.

En la evolución de los precios de las lechugas destaca la similitud de los precios alemanes y los españoles a partir del mes de mayo, sin embargo eso viene ocasionado por el sustancial descenso de los precios alemanes ya que la evolución de los precios españoles mantiene una tendencia más suave. En el caso del tomate, los niveles y la evolución de precios españoles coinciden con los de los mercados alemán y del Reino Unido.

Evolución de los Márgenes Agregados

El análisis de los márgenes comerciales es un indicador de las relaciones de poder en el canal así como de la absorción de un mayor o menor número de actividades en cada eslabón. El estudio de estos márgenes en las distintas etapas de la comercialización de los productos refleja lo que el MAPA denomina el poder en la cadena de valor, concepto cuya evolución en el tiempo nos podrá perfilar los cambios en el canal.

Según el estudio realizado por Cruz, Rebollo y Yagüe, mencionados por el MAPA (2004), a partir de los datos de la Central de Balances del Banco de España, en el período 1997 a 2000 los márgenes brutos mayoristas se incrementaron en 0,92 puntos porcentuales, y los minoristas en 1,85 puntos. El incremento de margen bruto se transmitirá a precios de venta más elevados y/o precios de compra de los productos más bajos, o será empleado en mayores servicios. Sin embargo, el fuerte aumento del margen neto minorista de 0,7 puntos en dicho periodo no ha sido trasladado, sino que ha contribuido a la mayor rentabilidad de la distribución minorista.

No obstante, estos datos contrastan con la evolución de los márgenes en el 2004. Como se puede observar en la siguiente tabla los márgenes M1 (cargado por el escalón mayorista) y M2 (cargado por el escalón detallista) calculados a lo largo de las semanas de 2004 tienen una estructura muy distinta en los productos del sector de frutas y hortalizas respecto a la media de los productos frescos. En la media de los alimentos frescos, el margen porcentual entre el precio de origen y el mayorista osciló entre un 25,5% y un 14,6%, mientras que en las frutas y hortalizas frescas estudiadas por el MAPA (2004) este dato no bajó del 103,7%, llegando incluso a alcanzar un 127,3% (Tabla 98).

Tabla 98. Márgenes comerciales en los alimentos frescos, frutas y hortalizas

Semana	Precios (Euros/Kg)			Márgenes Medios					
	Precios medios de alimentos			Alimentos frescos			Frutas-hortalizas frescas		
	Origen	Mayorista	Destino	M1	M2	M3	M1	M2	M3
3	1,57	1,97	4,58	25,5	132,8	192,2	110,6	108,7	342,8
4	1,55	1,88	4,57	21,1	143,5	194,8	127,3	101,2	361,1
5	1,46	1,73	4,46	18,6	159,3	207,5	126,3	113,0	374,0
7	1,45	1,73	4,47	19,1	157,8	207,0	113,6	110,7	346,2
9	1,45	1,74	4,45	20,2	155,4	206,9	115,9	114,3	352,7
10	1,56	1,89	4,48	21,2	137,3	187,6	103,7	107,6	317,7
11	1,56	1,79	4,51	14,6	151,7	188,5	104,0	105,4	329,3
12	1,46	1,72	4,53	18,1	163,2	210,9	104,8	112,8	342,9
Media	1,51	1,81	4,51	19,8	150,1	199,4	113,3	109,2	395,2

Fuente: MAPA (2004). Datos correspondientes a 2004. M1: Variación porcentual entre el precio en origen y el precio mayorista. M2: Variación porcentual entre el precio mayorista y el precio en destino. M3: Variación porcentual entre el precio en origen y en destino.

Si este mismo análisis se realiza entre el nivel mayorista y los precios en destino, el porcentaje se reduce mucho en frutas y hortalizas frente a la media conseguida en el conjunto de los alimentos frescos. En los productos hortofrutícolas se ha obtenido una media de 109,2% y en los alimentos frescos la evolución de los precios se eleva al 150,13% destacando la última semana con un 163,21%.

El Ministerio de Economía (2004) realizó, de manera aproximativa, una comparación preliminar sobre la evolución de los precios y de los márgenes en las distintas fases del proceso de distribución, definiendo estos últimos por la simple diferencia entre precio de compra y el de venta. A continuación se ofrece dicha información y las principales conclusiones que se sacan al respecto.

Tomando como variable aproximada la relación entre los precios en la red de mercas (P. Mercas) y los precios percibidos por los agricultores proporcionados por el MAPA, la evolución de los márgenes es la que aparece en la Tabla 99.

Tabla 99. Canal intermedio: Comparación P. Mercas y P. Origen. Año 2003. €/kg

Mes	E	F	M	A	MY	J	JL	A	S	O
Tomates ensalada										
P. Mercas	1,00	1,03	0,99	1,23	1,19	1,07	0,98	0,93	1,47	1,70
P. Origen	0,51	0,56	0,74	0,80	0,64	0,60	0,51	0,65	1,21	1,10
Margen	0,49	0,47	0,25	0,43	0,55	0,47	0,47	0,28	0,26	0,60
Margen en %/P.O.	96,08	83,93	33,78	53,75	85,94	78,33	92,16	43,16	21,49	54,55
Pimientos verdes										
P. Mercas	0,90	0,96	1,30	1,57	1,21	1,07	0,94	0,92	1,08	1,18
P. Origen	0,46	0,66	1,02	1,19	0,81	0,77	0,56	0,59	0,90	1,00
Margen	0,44	0,30	0,28	0,38	0,40	0,30	0,38	0,33	0,18	0,18
Margen en %/P.O.	95,65	45,45	27,45	31,93	49,38	38,96	67,86	55,93	20,00	18,00
Judías verdes										
P. Mercas	2,76	3,69	3,73	2,85	1,70	1,70	1,87	2,06	2,80	2,52
P. Origen	2,74	3,30	3,09	1,63	1,02	1,29	1,22	1,74	2,23	2,18
Margen	0,02	0,39	0,64	1,22	0,68	0,41	0,65	0,32	0,57	0,34
Margen en %/P.O.	0,73	11,82	20,71	74,85	66,67	31,78	53,28	18,39	25,56	15,60

Fuente: Ministerio de Economía (2004). ¹ Precios medios nacionales ponderados en €.

De la evolución de estos precios y márgenes se puede destacar lo siguiente:

- Se observan ciertas asincronías entre la evolución de los precios en origen y en la red de Mercas. Prueba de ello es que mientras que el precio en origen del tomate se ralentiza en la red de Mercas sigue aumentando.
- Los márgenes sobre el precio Merca en la primera fase de la cadena de comercialización de estos productos se sitúan en el tomate entre el 35 y el 70%, aunque son muy variables y registran picos y valles.

- Existe una cierta rigidez a la baja de los precios en los Mercas, en relación con la evolución de los precios en origen. Esta rigidez puede explicarse en la medida en que algunos componentes del coste de esta fase de la intermediación son específicos, por ejemplo, el transporte y las comisiones están determinados en función del peso de los productos y no de su valor. No obstante, se observa que sucede algo simétrico cuando suben los precios en origen, no produciéndose una disminución sistemática del margen en dichos casos.

Por otra parte, el análisis de los márgenes minoristas se hace tomando como variable aproximada la relación entre los precios de venta al público (PVP) y los precios en la red de mercas. El Ministerio de Economía ofrece la siguiente información sobre los márgenes en la parte final de la cadena (Tabla 100).

De la lectura de estos datos se puede destacar que el nivel de los márgenes sobre el precio final en la última fase de la cadena de comercialización se mueve entre el 40 y el 80%, superando el límite superior en algunas ocasiones.

Si se compara la evolución de los márgenes en origen (primera fase de comercialización) y en la distribución minorista, en porcentaje de precios, se puede destacar lo siguiente:

- Los márgenes agregados de la distribución minorista, expresados en porcentaje, son normalmente superiores a los de la primera fase de comercialización. Únicamente en el caso de las manzanas, los márgenes en el primer canal son siempre sensiblemente superiores que los del segundo canal.
- Los márgenes agregados en la primera fase de comercialización presentan un mayor grado de fluctuación que los de la fase de distribución minorista. En el tomate alcanzan máximos próximos al 100% en la fase de origen, estando la media en torno al 60%. En la fase minorista, el margen oscila en menor medida, estando la media por encima del 60%. En pimientos verdes, la media de los márgenes en origen está en torno al 40% y en la fase minorista se eleva al 70%.
- A lo largo de la cadena de comercialización de los productos para los que se dispone de información sobre precios en origen, desde la salida del productor hasta el punto de venta, se registra un incremento de precios, que llega a triplicarse en numerosas ocasiones. Por ejemplo, para los pimientos

verdes los crecimientos de precios desde origen a destino oscilan en niveles entre el 90% y el 250%. En judías verdes, los incrementos oscilan entre el 35 y el 184%. En el caso del tomate, oscilan aumentos de entre el 90 y el 237%, situados normalmente en torno al 200%.

Tabla 100. Canal minorista: Precios venta al público y en la red de Mercas. Año 2003
€/Kg

	E	F	M	A	MY	J	JL	A	S	O	N	D
Tomates ensalada												
PVP	1,72	1,65	1,71	1,99	1,98	1,63	1,63	1,63	2,30	2,46	2,03	1,83
P. Mercas	1,00	1,03	0,99	1,23	1,19	1,07	0,98	0,93	1,47	1,67	1,25	1,14
Margen minorista	0,72	0,62	0,72	0,76	0,79	0,56	0,65	0,70	0,83	0,79	0,78	0,69
Margen en %/P.M.	72,0	60,2	72,7	61,8	66,4	52,3	66,3	75,3	56,5	47,3	62,4	60,5
Pimientos verdes												
PVP	1,63	1,70	2,13	2,36	2,14	1,86	1,74	1,70	1,92	2,11	2,00	2,00
P. Mercas	0,90	0,96	1,30	1,57	1,21	1,07	0,94	0,92	1,08	1,17	1,17	1,13
Margen minorista	0,73	0,74	0,83	0,79	0,93	0,79	0,80	0,78	0,84	0,94	0,83	0,87
Margen en %/P.M.	81,1	77,1	63,9	50,3	76,9	73,8	85,1	84,8	77,8	80,3	70,9	77,0
Judías verdes												
PVP	4,10	4,48	4,81	4,02	2,90	2,66	3,02	3,86	4,78	3,53	3,40	3,59
P. Mercas	2,76	3,69	3,73	2,85	1,70	1,70	1,87	2,06	2,80	2,52	2,43	2,67
Margen minorista	1,34	0,79	1,08	1,17	1,20	0,96	1,15	1,80	1,98	1,01	0,97	0,92
Margen en %/P.M.	48,6	21,4	29,0	41,1	70,6	56,5	61,5	87,4	70,7	40,1	39,9	34,5
Lechugas												
PVP	0,73	0,91	0,90	0,91	0,80	0,73	0,74	0,85	0,96	0,80	0,86	0,82
P. Mercas	0,40	0,60	0,57	0,60	0,45	0,38	0,40	0,49	0,58	0,46	0,50	0,51
Margen minorista	0,33	0,31	0,33	0,31	0,35	0,35	0,34	0,36	0,38	0,34	0,36	0,31
Margen en %/P.M.	82,5	51,7	57,9	51,7	77,8	92,1	85,0	76,5	65,5	73,9	72,0	60,8

Fuente: Ministerio de Economía (2004). ¹ Precios medios nacionales ponderados en €. ² Media de PVP de peras comunes más abundantes: agua, ercolina, limonera y de invierno. ³ Media de PVP de manzanas comunes más abundantes: golden y starking.

Evolución Precios al Consumo Según Establecimientos Comerciales

Analizando los datos según establecimientos comerciales se puede comprobar diferencias sustantivas entre los mismos. Según el trabajo de Casares y Martín (2006) realizado en el ámbito nacional durante el período abril-2003 y abril-2005, el comercio especializado es el formato más económico para la adquisición

de frutas y verduras. Por otra parte, hipermercados y supermercados, tanto grandes como medianos, van aumentando el diferencial que les separa del comercio especializado. Los pequeños supermercados han tenido un comportamiento más errático y los mercados municipales han mostrado una contención en el incremento de sus niveles de precios (Tabla 101).

Tabla 101. Variaciones de precios en frutas y hortalizas según tipo de establecimiento

Tipo establecimiento	Variaciones de precios			
	Nov.03/JL 04	Jl 04/Nov.04	Nov.04/Abr.05	Abr.03/Abr.05
Comercio especializado	-1,0%	4,1%	9,0%	3,2%
Pequeños supermercados	-5,0%	8,1%	9,7%	4,5%
Medianos supermercados	-2,1%	8,2%	9,5%	4,2%
Mercados municipales	-3,5%	3,4%	9,2%	3,5%
Hipermercados	-0,3%	6,0%	12,2%	4,3%
Grandes supermercados	-2,1%	8,5%	10,2%	3,9%

Fuente: Casares y Martín (2006).

En general, y a modo de conclusión, la desigualdad de márgenes a lo largo de la cadena de valor del sector ha beneficiado a los últimos eslabones a costa de los productores en origen. Los incrementos de precios del producto en origen se trasladan rápidamente a lo largo de la cadena llegando hasta el consumidor. Sin embargo, no sucede lo mismo a la inversa, y cuando baja el precio en origen no se traslada la diferencia hasta el consumidor. Esto es otro reflejo del problema de la elasticidad de precios que sufre el sector, y que también se manifiesta, según la Federación de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas (FEPEX), ante excesos o escasez de oferta. Es decir, los precios tienden a subir por la escasez de oferta, pero les cuesta mucho bajar cuando hay exceso de volumen. Es una rigidez perjudicial para el sector y que, según FEPEX, no se debe a los productores sino al funcionamiento de los canales de distribución que a veces trabajan con porcentajes fijos.

Por otro lado, también se produce una situación de desajuste de márgenes cuando el consumidor está dispuesto a pagar un precio superior por un producto (PVP), ya que no existen mecanismos para trasladar este incremento hacia el inicio de la cadena de valor, principalmente porque los intermediarios se mueven en base al precio de origen, pues tienen poco poder para hacerlo en base al precio en destino. Esta situación ha provocado que algunos productos hayan duplicado su PVP en los últimos 5 años, mientras que los precios en origen se han mantenido estables.

Además, a esta situación se añade que la gran distribución disfruta de unos menores costes de proceso que la cadena básica, en la que intervienen un mayor

número de intermediarios y más ineficientes. Esto implica unos mayores márgenes para la gran distribución.

En lo referido a los precios hay que hacer algunas consideraciones adicionales:

- Atendiendo al tipo de cadena de distribución, tradicionalmente se viene hablando de una segmentación según la importancia que dichas cadenas conceden al precio a la hora de trasladar pedidos. Por ejemplo, se habla de que las cadenas inglesas y otras que trabajan con programas de producción no hacen tanto hincapié en esta variable como las tiendas de descuento de origen alemán, para las que una mínima diferencia en precio supone la no realización de pedidos. Siendo esto cierto, hoy en día se está produciendo una mayor presión sobre el precio en casi todos los mercados. En la medida en que las cadenas consideran cada vez más importante la sección de frutas y hortalizas a la hora de delimitar su competitividad frente a otras, cada vez se presiona más a los proveedores para que ajusten precios mejores. Por ejemplo, la compra de la cadena ASDA por parte de WAL-MART ha provocado una presión competitiva sobre todas las cadenas para que reduzcan sus precios, por supuesto sin renunciar al servicio, la calidad de producto, y las garantías de producción que han caracterizado este mercado. En el mercado Alemán ocurre lo mismo pero al contrario, las recientes denuncias de algunas organizaciones ecologistas poniendo de manifiesto algunos problemas con productos dispensados en cadenas discount está traduciéndose en mayores exigencias a los proveedores en cuanto a las condiciones de los productos pero acompañadas de precios inalterados.
- Los productos frescos y particularmente los hortofrutícolas están empezando a ser extensamente utilizados en promociones. En Francia esto ha dado lugar a una prohibición para que se vendan estos productos a pérdidas a partir de la prohibición de publicidad sobre promociones en estos productos. El motivo para la creciente utilización de estas promociones es variado: se trata de una sección que aumenta la rotación y fidelidad de clientes, que traslada imagen de calidad al total de la tienda, y también que se encuentra con proveedores sin poder de marca que no sólo no podrán resistirse a dicha promoción sino que, probablemente, serán quienes la paguen.

6.4.3.- Decisiones de distribución

España cuenta con una de las estructuras de distribución de productos frescos más atomizadas de la UE. El número de establecimientos/habitante es el doble que en países como el Reino Unido, Francia o Dinamarca, aunque éstos se caracterizan por un número más reducido de compradores por establecimiento.

La irrupción de la gran distribución ha provocado una mayor competitividad y organización del comercio minorista según el MAPA, que ha visto reducida su cuota de mercado pero que todavía es la principal fórmula de distribución para productos frescos, y se prevé que continuará así en el futuro.

La gran distribución se aprovisiona principalmente a través de proveedores de tamaño medio-grande que sean capaces de garantizarles un determinado volumen de producto y además durante el mayor período de tiempo posible. Con este tipo de proveedores establecen relaciones más o menos estables, con negociaciones anuales y adquiriendo compromisos concretos en cuanto al volumen de producto a comercializar. También acuden al canal de mercados centrales y mayoristas de destino e importadores para complementar sus aprovisionamientos.

En los principales mercados europeos se pone de manifiesto el cambio radical que ha experimentado la estrategia de la gran distribución con respecto a este tipo de productos como forma de fidelizar a los clientes y que éstos aumenten la frecuencia de la visita a la tienda. El desarrollo de esta estrategia está vinculado al mayor auge del formato de tienda supermercado ubicado en el centro de las ciudades y capaz de competir con el comercio de proximidad. Algunos aspectos de esta estrategia se ponen de manifiesto en:

- Una mayor atención a la sección de frutas y hortalizas que, con frecuencia, cada vez ocupa mejores y mayores espacios. Esto es debido a que la sección actúa sobre la frecuencia de compra, sobre la fidelidad, sobre la imagen de la tienda, contribuye al volumen de venta y también a los beneficios.
- 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 ofertadas, incluyendo productos más elaborados y exóticos.

- Búsqueda de diversas soluciones al merchandising de estos productos.
- Incremento de la actividad de promociones en precios.
- Esta nueva estrategia de la distribución ha comportado cambios fundamentales en sus formas de acopio que han alterado profundamente el funcionamiento de la cadena de producción. Hay que destacar los siguientes rasgos característicos:
 - En términos generales se puede hablar de 4 grandes modalidades de acopio de los productos españoles. **1)** el hard-discount alemán (ej. Aldi, Lidl, Rewe o Tengelmann) que utilizan principalmente centrales o agentes de compra en origen, que no realizan programas de acopio y que sobre una serie de proveedores potenciales realizan los pedidos de forma puntual, a corto plazo, casi siempre semanal, sobre la base del precio. Se trata de clientes que tradicionalmente no han exigido la mayor de las calidades y que, por las características del mercado alemán, compran grandes cantidades de producto. Como consecuencia de algún escándalo en el que se han visto implicados por la calidad de sus productos, estos compradores comienzan a querer implicarse más en la producción, y de momento empiezan a exigir certificaciones de calidad que en principio ha de reducir el número de proveedores potenciales entre los que podrán optar a la hora de negociar precios y realizar pedidos, **2)** la segunda modalidad sería la del supermercado de calidad, característica de la distribución británica (ej. Sainsbury, Tesco, Asda), aunque no exclusiva. Tradicionalmente se aprovisionan mediante la figura de agentes comercializadores o category managers. Estas empresas son a menudo productoras, envasadoras y comercializadoras, asumiendo la responsabilidad de proveer de producto suficiente en cantidad, calidad y calendario. Estas empresas, a menudo locales, tienen programas de aprovisionamiento con las cadenas y, en momentos en los que no pueden cubrir la demanda trasladan parte de dichos programas a otros productores. El seguimiento de las normas de calidad, el servicio, la calidad del producto y los envases, y en definitiva el valor añadido, tiene gran importancia para las cadenas inglesas. Tradicionalmente el precio quedaba en segundo lugar. Esto ha cambiado sobre todo con la compra de Asda por parte de Wal Mart, de forma que la competencia en precios se ha recrudecido, trasladándose este hecho a una mayor presión en precios sobre los proveedores. Además, hay dos características más a considerar. Por una parte, las cadenas inglesas presentan una gran tendencia a comprar el producto inglés, mostrando una

mayor resistencia a acudir a producto importado. Por otra, aquellos category que son simplemente mayoristas-importadores, y no disponen de una producción significativa, serán sustituidos a medio plazo, dejando una puerta abierta para productores en origen para adoptar dicho papel, **3)** la tercera modalidad de la que se puede hablar es la que vendría representada por la distribución francesa. En general, tiende a utilizar centrales de compras en origen, prestando una situación intermedia entre las dos tipologías anteriores. De alguna manera siguen utilizando para algunos productos a mayoristas en mercados de destino, pero la tendencia es a estar cada vez más próximos a origen, de forma que sus centrales tengan cada vez mayor control sobre la producción, y **4)** la modalidad española tiene dos ejemplos como claros referentes. De un lado, Mercadona, con la adopción de la figura que ellos denominan interproveedor, adopta más el modelo británico, dejando en manos de dicho interproveedor el aprovisionamiento de una determinada tipología de productos. Por otro, El Corte Inglés tiene plataforma y centrales propias ubicadas en la red de Mercas. De hecho la utilización de la red de Mercas no como plataforma de distribución y como centro de aprovisionamiento es característica de bastantes cadenas de distribución españolas. No obstante, la realización de programas de suministro y los acuerdos a largo plazo con proveedores parece una tendencia que también se impone en España.

- En cualquier caso, todas las cadenas se caracterizan por su constante preocupación por **1)** presentar todo el año un surtido completo en la sección, **2)** presentar la misma mercancía en todas las tiendas de la cadena, **3)** no tener en las tiendas precios más altos que los de la competencia, **4)** su temor por la pérdida de reputación que conllevaría ser reconocida como vendedora de productos inadecuadamente producidos, y **5)** búsqueda continua de una diferenciación de marketing con los competidores (Gressard Consultores, 2006).
- Es una tendencia generalizada la de la creación de centrales de compra, que unifican los criterios y califican a los suministradores, limitando su número. El desarrollo de estas centrales, con personalidad jurídica propia, ha supuesto que una parte de la gran distribución haya dejado de comprar en los mercados centrales en general y en el escalón mayorista en particular. 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.

- Por tanto, se produce la integración o el control de la función mayorista a través de acuerdos de abastecimiento.
- 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. Es decir, existe una tendencia creciente por parte de la gran distribución a incorporar una trazabilidad creciente al producto, por lo que se está introduciendo la certificación de la producción.
- El progresivo e inexorable acercamiento de la gran distribución al origen, hasta el punto de que cada vez más están llevando sus exigencias productivas a países extracomunitarios, por ejemplo en África, donde llevan el know-how para la producción aprovechando la ventaja en costes productivos.

La consecuencia de lo que se está observando en el escalón minorista es que previsiblemente a medio plazo el sector estará compuesto por un reducido número de empresas hortofrutícolas altamente sofisticadas que suministrarán un mayor volumen de frutas y hortalizas. Según FEPEX, el sector está preparado desde el punto de vista de la estructura productiva y comercial en origen para hacer frente a la mayor capacidad de abastecimiento que requiere esta concentración de la distribución. Otras opiniones, la mayoría, apuntan a que será necesario el surgimiento de empresas de mucho mayor tamaño, ya sea por la vía de la fusión, como por la de la adquisición (el crecimiento interno parece menos probable).

Prueba de que el sector ya está empezando a responder a esta tendencia es la mayor concentración en origen que se está manifestando al objeto de conseguir volúmenes importantes que permitan poder atender las demandas de la gran distribución. Consorcios (ej. DIFRUSA, TILLA, AMACO, CONSORFRUT, DGS, CINATUR, HORTIBERIA), acuerdos para la creación de comercializadoras conjuntas (SPAIN FRESH MARKETING, FRUTAS Y HORTALIZAS NACES, DGS, O GESCORIGEN) y fusiones (MURGIVERDE, ALIMER) están caracterizando los movimientos más importantes en este sentido.

Además, las cadenas de distribución van a seguir aumentando su tamaño. Se seguirá creciendo en los volúmenes de compras, ya sea por crecimiento propio, fusión o adquisición, o por la creación de centrales de compras conjuntas, sin olvidar la internacionalización creciente de los grupos líderes de la distribución.

Por último, hay que señalar que hoy en día la distribución demanda mejores precios, más volumen, más regularidad, más disponibilidad, más calidad en producto, en servicio, y en control de los sistemas productivos y de comercialización. La consecuencia principal es que el sector agrario en general, desde la producción pasando por toda la cadena de aprovisionamiento aumenta sus requerimientos de profesionalización e inversión. Las reglas de la competitividad han cambiado y en buena medida el sector de la distribución puede ser culpado por ello. Algunos cambios palpables son:

- El concepto central de compras hortofrutícolas, como organización responsable del aprovisionamiento de frutas y hortalizas de un determinado minorista, gana importancia. En la mayoría de los casos, son empresas del mismo grupo detallista. Pero incluso es posible encontrar algún caso de una empresa autónoma, pero asociada, la que realiza dichas funciones.
- El proveedor debe proporcionar servicios de valor añadido. Ya no basta con el producto básico, el de siempre. La capacidad para preparar el producto de acuerdo a la venta en régimen de autoservicio es requisito necesario para ser proveedor directo. La integración logística, para optimizar los procesos de pedido, almacén y envío también es muy valorada.
- Los procesos, desde la selección de la semilla, hasta la puesta del producto en el lineal del establecimiento comercial están, cada vez más, influidos por las cadenas de distribución.
- Las cadenas de distribución están restringiendo el número de proveedores, llegando en algún caso a la exclusividad, que empieza a imponerse por productos (por ejemplo tomate, o lechuga), pero todavía no para toda la sección. No obstante, la exclusividad en ningún caso debe entenderse como una fuente única de suministro del producto. El proveedor exclusivo debe garantizarse fuentes alternativas de suministro para poder atender adecuadamente las necesidades de la cadena detallista para la que trabaja, superando así los riesgos asociados a la producción agraria.
- Por lo tanto, el proveedor exclusivo puede ser productor o un intermediario que realiza por cuenta del minorista las operaciones de aprovisionamiento de la cadena.

El Eslabón Mayorista

En España, la figura principal que define el escalón mayorista en frutas y hortalizas son los Mercas. La empresa nacional MERCASA depende de los Ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación y de Hacienda, y forma parte de la política agroalimentaria del gobierno español. Durante décadas viene desempeñando un papel estratégico en la comercialización de frutas y hortalizas frescas, canalizando las actuaciones de empresas mayoristas y minoristas.

La notable participación que tiene la red de Mercas en la canalización de hortalizas y frutas frescas lo reflejan las cifras. Según estimaciones del Ministerio de Economía (2004) y del MAPA, la red de mercados centrales canaliza aproximadamente el 75% del consumo nacional de los productos hortofrutícolas frescos (más de 5 millones de toneladas en el 2001 y unos 4,2 millones en 2002), si tenemos en cuenta la comercialización realizada en sus zonas de actividades complementarias.

Más recientemente, durante el 2004 la cantidad total comercializada creció un 2,0% respecto al año 2003, pasando de 4.115.572 toneladas a 4.197.935 toneladas, si bien ese crecimiento es apenas perceptible durante el período 2000-2004 (Tabla 102), aunque no lo ha sido así el de los precios (26,9%). Las frutas y hortalizas representan más del 50% del valor de los productos comercializados en los mercados mayoristas, y concretamente las hortalizas suponen el 36% dentro del grupo de frutas y hortalizas. Durante los últimos años se está diversificando la configuración de la oferta hortofrutícola con la incorporación de nuevos productos y presentaciones, como ocurre con los productos de 4ª y 5ª gama.

Tabla 102. Evolución de la comercialización total de la red de Mercas

	Cantidades (Tm)			Precio medio (€/kilo)		
	2000	2004	% Var (2004/2000)	2000	2004	% Var (2004/2000)
Frutas y hortalizas	4.156.088	4.197.935	1,0	0,63	0,80	26,9%

Fuente: www.mercasa.es.

La procedencia de los productos hortofrutícolas que se distribuyen desde la red de Mercas es fundamentalmente nacional (el 85%) y el resto corresponde a importaciones, donde destacan las aportaciones de la UE y concretamente de Francia, Bélgica e Italia, y de terceros países como Brasil, Chile, Marruecos y Nueva Zelanda.

En cuanto a la procedencia nacional en líneas generales, Andalucía se erige como la principal comunidad autónoma en el abastecimiento de frutas y hortalizas en la Red de Mercas, con casi 900.000 toneladas en 2003 (el 27% de las entradas de estos productos de origen nacional), destacando las provincias de Almería, Málaga, Granada y Huelva. A continuación, y con una destacada diferencia con respecto a Andalucía se encuentra la Comunidad Valenciana con el 19% (620.000 Tm) seguida de la Región de Murcia (11% y 360.000 Tm), Canarias (10,4% y 341.000 Tm) y Cataluña, de la que proceden 328.000 Tm de frutas y hortalizas (10%) (Distribución y Consumo, 2004).

Atendiendo a las 539.000 Tm de frutas y hortalizas que proceden de importación y que se comercializaron en la red de mercas en el 2003, el 64% tuvo su origen en los países de la Unión Europea, principalmente Francia (233.000 Tm), Bélgica (37.062 Tm), Gran Bretaña (24.657 Tm) y Holanda (13.688 Tm). A gran distancia se sitúa el continente americano con 88.000 Tm, siendo los principales países abastecedores Chile, Brasil, Ecuador y Argentina.

En la Tabla 103 se puede observar el protagonismo de los distintos Mercas en la comercialización de frutas y hortalizas frescas en el 2004. De entre las 23 unidades alimentarias actualmente existentes, MercaMurcia ocupa la posición número 13 en volumen comercializado, siendo MercaMadrid el mercado que comercializa mayor volumen de frutas y hortalizas con el 25,8%. Le sigue en importancia MercaBarna con el 23,0%. Teniendo en cuenta la evolución del volumen comercializado por cada merca durante el período 2000-2004, MercaMurcia ha perdido posiciones como suministrador a la red de Mercas (-2,3%), siendo las unidades alimentarias de Alicante y Asturias las que más han crecido en ese período.

Específicamente, en la Tabla 104 se puede observar cual es la evolución seguida por la oferta regional de determinados productos hortofrutícolas a la red de Mercas. Se aprecia un comportamiento distinto de la evolución seguida según si atendemos al tipo de producto, y a la oferta regional en términos de volumen o de cuota de mercado sobre el total comercializado por la red de Mercas.

Tabla 103. Comercialización de frutas y hortalizas en el 2004 por la red de Mercas

Mercas	Frutas			Hortalizas			Total (incluye patatas)			%Var. 2004/2000
	Tm	%	Nº	Tm	%	Nº	Tm	%	Nº	
MercaMadrid	584.714	27,3	1	422.504	27,8	1	1.083.600	25,8	1	-2,26
MercaBarna	465.182	21,7	2	328.281	21,6	2	967.009	23,0	2	7,7
MercaSevilla	128.914	6,0	3	92.414	6,1	3	281.184	6,7	3	-7,4
MercaValencia	75.112	3,5	8	82.952	5,5	4	176.139	4,2	6	5,3
MercaLasPalmas	92.459	4,3	6	78.061	5,1	5	87310	2,0	12	10,48
MercaMálaga	88.223	4,1	7	76.316	5,0	6	176.775	4,2	5	10,2
MercaZaragoza	96.208	4,5	5	62.480	4,1	7	176.102	4,2	7	-2,8
MercaPalma	63.446	3,0	11	60.999	4,0	8	142.716	3,4	8	1,9
MercaGranada	65.118	3,0	10	50.901	3,3	9	133.589	3,2	9	-1,79
MercaBilbao	123.502	5,8	4	48.284	3,2	10	184.893	4,4	4	-7,3
MercaMurcia	34.184	1,6	15	39.172	2,6	11	81.903	2,0	13	-2,26
MercaTenerife	69.067	3,2	9	35.616	2,3	12	119.331	2,8	10	-7,3
MercaCórdoba	28.452	1,3	16	27.663	1,8	13	68.253	1,6	16	-7,08
MercAsturias	50.549	2,4	12	22.465	1,5	14	91.185	2,2	11	15,7
MercAlicante	46.270	2,2	13	20.111	1,3	15	71.599	1,7	14	14,3
MercaSalamanca	44.221	2,1	14	19.983	1,3	16	69.890	1,7	15	-9,2
Mercaluña	16.432	0,8	19	14.618	1,00	17	35.712	0,9	19	-5,5
MercaJerez	20.842	1,0	18	12.380	0,8	18	42.346	1,0	17	-0,6
MecaSantander	22.357	1,0	17	10.861	0,7	19	41.150	1,0	18	12,3
MercaLeón	9.698	0,5	20	6.954	0,5	20	18.712	0,4	20	-17,7
MercaBadajoz	7.563	0,4	22	4.927	0,3	21	14.044	0,3	21	-23,1
MercaGalicia	9.016	0,4	21	2.220	0,1	22	12.020	0,3	22	13,1
MerAlgeciras*	377	0,0	23	572	0,0	23	1.220	0,0	23	-
Total	2.141.906	100,0	276	1.520.734	100,0	276	4.076.682	97,0	276	-3

Fuente: www.mercasa.es. *Inicia su actividad a mediados de 2004.

La hortaliza que presenta la mejor evolución entre las analizadas es el pimiento, pues no sólo ha aumentado el volumen de la producción regional comercializada a través de la red de Mercas sino también lo ha hecho su participación en el total de la red. La situación más negativa se da para los melones y las lechugas pues, si bien es cierto que el crecimiento del volumen comercializado a través de la red de Mercas está estancado con tasas de crecimiento muy pequeñas (es el caso del melón y la lechuga), la producción regional no sólo ha perdido volumen comercializado sino también en términos relativos (cuota de mercado).

En el caso específico del tomate, la contribución absoluta de la producción regional ha aumentado (3,3%), a la par que el volumen comercializado por toda la red de Mercas, si bien ha perdido cuota de mercado (-22,7%), entendiéndose que otras zonas productoras de este producto se han beneficiado relativamente más del incremento del volumen comercializado por el total de la red.

Tabla 104. Procedencia murciana de productos comercializados en la red de mercas

Tipo de producto	2000		2001		2002		2003		2004		% Var. (2004/2000)	
	Total red	Murcia	Total red	Murcia	Total red	Murcia	Total red	Murcia	Total red	Murcia	Var. Volumen	Var. cuota
Melones	152,3	19,6 (12,9%)	154,6	19,0 (12,2%)	147,7	16,3 (11,0%)	158,8	16,5 (10,4%)	156,1	15,1 (9,6%)	-22,8	-25,5
Lechugas	238,9	76,7 (32,0%)	236,2	80,0 (33,9%)	240,1	79,9 (33,2%)	239,8	76,2 (31,7%)	240,8	76,3 (31,7%)	-44	-0,93
Pimientos	123,2	14,3 (11,6%)	129,6	15,7 (12,1%)	129,5	16,3 (12,6%)	127,8	15,9 (12,4%)	134,0	16,0 (11,9%)	11,7	2,58
Tomates	360,9	79,5 (22,0%)	378,8	82,1 (21,6%)	373,2	83,9 (22,4%)	374,0	83,8 (22,4%)	381,7	82,2 (21,5%)	3,32	-2,27

Fuente: Mercasa. Datos en miles de toneladas.

Las tendencias principales de este escalón a nivel europeo son:

- En el aprovisionamiento minorista sólo tendrá importancia en aquellos mercados donde la distribución tradicional todavía tenga suficiente cuota de mercado. Es el caso de los mercados del Sur de Europa.
- Las cadenas de distribución en gran parte han excluido a los mayoristas. Sin embargo, quedan nichos donde los mayoristas se pueden especializar convirtiéndose en proveedores intermedios o gestores de categorías de las cadenas (p.e. productos exóticos, productos orgánicos, etc.).
- Los mayoristas seguirán manteniendo todo su sentido en el aprovisionamiento al canal HORECA.

6.4.4.- Política de comunicación

Al tratarse de productos de compra frecuente y bajo precio, y donde la búsqueda de información no es tan intensa como en otros bienes, la política de comunicación no es muy utilizada por el sector. Prueba de ello es que el sector hortofrutícola aún representando el 15% de las ventas en alimentación tan sólo acapara el 3,2% de la inversión publicitaria (AECOC, 2002). Además, las actuaciones empresariales que caracterizan al sector de productos frescos están fundamentalmente dirigidas al canal, concentrando por tanto el eje de su actividad de comunicación en la cadena de suministro y olvidando la dirigida al mercado final (Delgado y Arcas, 2004).

Según el MAPA, son escasas las iniciativas promocionales, y la mayoría son campañas de promoción genéricas para estimular el consumo de frutas y hortalizas.

Entre estas hay que destacar las llevadas a cabo por la Asociación de Productores de Plátanos de Canarias (ASPROCAN) y la Interprofesional Intercitrus destinadas a promocionar los plátanos de Canarias y las naranjas clementinas respectivamente. También la organizada por la Asociación Club 5 al Día con la marca 5aldía, y la llevada a cabo por la empresa nacional MERCASA, a través del programa de televisión española, "Saber Vivir". Más recientemente podemos mencionar la actividad promocional genérica realizada por el ICEX, que bajo el eslogan "Nature's Best", tiene como objetivo promocionar el consumo de diferentes productos nacionales que integran la campaña (melones, pimientos, pepinos, etc.,) entre los consumidores británicos.

Respecto al resto de productos, las campañas promocionales tienen poca incidencia, son discontinuas y dependientes de la coyuntura de los mercados y la disponibilidad de fondos públicos, siendo su incidencia en el consumo poco relevante.

Alguna iniciativa regional a destacar es la protagonizada por la empresa Frutas el Dulce, que realiza publicidad en televisión para promocionar los corazones de lechuga con la marca El Dulce.

La asistencia a Ferias es también un instrumento importante para dar a conocer la producción murciana a los compradores institucionales. Aunque en general en los distintos mercados las frutas y hortalizas murcianas tienen una imagen bastante positiva, no se realizan actuaciones que capitalicen esto en favor de las empresas proveedoras murcianas, tanto en ferias como en otras publicaciones de tipo sectorial.

6.5.- Competencia y mercados emergentes

En la actualidad, de entre las principales hortalizas comercializadas por empresas de la Región de Murcia hay una que está sometida a una presión particularmente intensa: el **tomate**.

Se ha constatado un descenso de las ventas comunitarias del tomate español, sobre el que pesa la sombra de las crecientes exportaciones marroquíes, aunque España sigue siendo el principal abastecedor de tomate a esta zona. La reciente renovación del acuerdo comercial entre la UE y Marruecos, país del que procede el 28% de todas las compras comunitarias de productos hortofrutícolas, ha elevado el contingente de tomate destinado por dicho país a 175.000 Tm. Este volumen irá creciendo anualmente hasta alcanzar las 220,000 Tm en 2006-2007. La

amenaza que representa el tomate turco no es menor a la que supone el marroquí, y en los próximos años se verá cuál es su impacto sobre la producción murciana.

Otras tendencias relacionadas con la competencia y con mercados emergentes son (según el MAPA en su análisis del sector):

- Se puede plantear una competencia directa entre los productos producidos en España y los del Norte de África, especialmente en los países de la UE destino de las exportaciones españolas.
- En términos generales, los productos sustitutos de las hortalizas son las transformadas (conversas y congelados) y los platos preparados a base de verduras. Excepción hecha de los preparados a base de tomate, que están estancados, los restantes transformados de vegetales están creciendo significativamente. Este hecho se corresponde con el crecimiento de los productos con más servicios incorporados.
- En línea con el punto anterior, la competencia desleal de otros sectores, que utilizan la imagen de producto sano de las frutas y hortalizas para trasladarla a sus productos, está siendo denunciada por el sector como un fraude al consumidor, que piensa que está consumiendo un producto sustitutivo de la fruta fresca cuando la realidad puede ser precisamente toda la contraria.
- En algunos productos se está produciendo un crecimiento importante de la cuarta y quinta gama, que funciona como sustitutivo del fresco.
- En algunas gamas (grupo de coles entre otras) se ha encontrado una complementariedad estacional de las producciones españolas con algunas de otros estados miembros de la UE. En este sentido existen acuerdos entre firmas de Murcia y de Bretaña con el objetivo de mantener la oferta de la gama todo el año.
- La ampliación de la UE a diez nuevos países del este de Europa, el pasado 2004, aporta un mercado de 75 millones de personas, ahora con un consumo de frutas y hortalizas relativamente bajo, pero que se espera que vaya en aumento conforme suba su poder adquisitivo. En opinión del Director General de FEPEX pueden representar una mayor competencia en algunos productos como la fresa, la patata y en general en las hortalizas continentales que se dan en climas fríos y húmedos.

7.- ANÁLISIS DAFO

7.1.- Puntos fuertes

Producción

- **Variedad y calidad de la oferta y suministro importante y continuado de algunas especies durante todo el año.** El cultivo de más de 30 especies permite atender las demandas de los clientes. Además, Murcia es la primera región productora de lechuga, coliflores y alcachofas, la segunda de pepinos, pimientos y habas y la tercera de escarola, melón, sandía y tomate. Asimismo, tiene capacidad para ofertar todo el año productos como la lechuga y el brócoli, aspectos que facilitarían una posición dominante de estos productos murcianos en los mercados.
- **Rendimientos elevados**, similares a la media nacional (34,1 Tm/Ha), inferiores a los de Andalucía (43,7 Tm/Ha) y, sobre todo, Países Bajos (51,6 Tm/Ha) en los que predomina una horticultura bajo invernadero, pero superiores a los de otros países competidores (China, India, Estados Unidos, Turquía, Italia, Egipto y Francia).
- **Elevada producción y en continuo crecimiento**, lo que sitúa a Murcia como la segunda provincia productora tras Almería. Además, en el período **2000-2003** la producción murciana de hortalizas se ha incrementado por encima de Andalucía, de la media nacional y de los principales países productores (India, Estados Unidos, Turquía, Italia, Egipto y Francia), con la excepción de China y Rusia.
- **Estructura de las explotaciones mejor que la media nacional**, con una dimensión (territorial y económica) y una productividad de la tierra mayor que la media nacional y la del resto de las principales CC.AA. productoras. Además, entre aquellas cuya orientación principal son las hortalizas existe un porcentaje mayor (17,5%) con elevada dimensión económica (superior a 100 UDE) que el correspondiente a España y al del resto de las principales CC.AA. Estas explotaciones acaparan el 75,3% de la SAU y el 79,1% del MBT.
- **Desarrollo del asociacionismo en el sector**, prestando un elevado número de servicios a sus socios que les ayuda a superar muchas dificultades asociadas a los problemas estructurales de sus explotaciones.

- **Continua incorporación de innovaciones tecnológicas** (nuevas variedades, riego localizado e hidropónico, mejoras en invernaderos, etc.) por parte, sobre todo, de las explotaciones de mayor dimensión, tal y como revelan las tasas de variación de los activos por encima de la media nacional en el periodo 2000-2003.
- **Adecuada cualificación de los profesionales hortícolas murcianos** fruto de la tradición existente en la producción y comercialización exterior de estos productos y en el elevado grado de formación y asesoramiento técnico con el que cuenta el sector.
- **Nivel tecnológico superior al de países competidores directos** (Marruecos, Egipto, Turquía, China, etc.) tanto en lo relativo a la producción como a la manipulación y comercialización.
- **Existencia de una importante industria auxiliar** (maquinaria, envases, instalaciones de riego, frigoríficas y eléctricas, industria del plástico, etc.) y de servicios de transporte.
- **Existe un grupo de empresas productoras, en torno a 30, de mayor dimensión** (agrofactorías propiedad de sociedades mercantiles y entidades asociativas), profesionalizadas y con niveles adecuados de **integración** con la manipulación y la comercialización.

Comercialización

- **Hortalizas de gran calidad**, superior a la de otros países competidores. Ello se debe a factores climáticos y a la experiencia y saber hacer de las empresas, capaces de implementar los protocolos de calidad más exigentes.
- **Gran vocación y experiencia exportadora de las empresas murcianas y evolución favorable de la misma**, lo que les lleva a comercializar en el exterior el 70% de la producción, contribuyendo con más de la cuarta parte de las exportaciones nacionales (26,5%) y con elevados porcentajes a las exportaciones españolas de diferentes productos (72% en apio, 70% en lechugas, 64% en coles y brécoles, y 40% en melón). Además, en el periodo 2000-2004 las exportaciones murcianas se han incrementado por encima de la media nacional y de Andalucía.

- **Proximidad geográfica a los mercados europeos**, lo que facilita y abarata los costes de transporte y permite mantener la calidad de unos productos muy perecederos, especialmente las hortalizas de hoja como la lechuga.
- **Gran esfuerzo inversor de las empresas comercializadoras**, sobre todo en instalaciones de manipulación y sistemas de trazabilidad y gestión de la calidad, lo que les permite responder a las exigencias de los mercados en cuanto a seguridad, calidad y presentación. Así, en el periodo 2000-2004, el valor de los activos de las principales comercializadoras hortofrutícolas murcianas está por encima de la media nacional, de Andalucía, Cataluña y la Comunidad Valenciana.
- **Existe un grupo de empresas de comercialización, en torno a las 40, de mayor dimensión** (comerciales conjuntas y agrofactorías propiedad de sociedades mercantiles y entidades asociativas), profesionalizadas, con niveles adecuados de **integración** con la producción, acuerdos de aprovisionamiento con la gran distribución y capacidad de adaptación y respuesta a sus exigencias. Muchas de ellas tienen la condición de Organización de Productores.
- **Adecuada posición económico-financiera de las principales empresas comercializadoras hortofrutícolas murcianas**, de forma que en el periodo 2000-2004 se sitúan, por lo general, por encima de la media nacional.
- **Conocimientos (know-how) de las principales empresas comercializadoras**, fruto de su dilatada experiencia compitiendo en mercados exigentes, para afrontar el mercado nacional, los menos avanzados recién incorporados a la U.E. y los más exigentes (E.E.UU., Japón, etc..).

7.2.- Puntos débiles

Producción

- **Excesiva concentración de la producción en un reducido número de especies** (lechuga, tomate, melón y pimiento acaparan más del 65% de la producción), mayor que la presentada por Andalucía y la media nacional.
- **Déficit estructural en un elevado número de explotaciones** cuya orientación principal son las hortalizas. Un elevado porcentaje de estas explotaciones (37%) tiene una reducida dimensión económica (inferior a 16

UDE), superior a la media nacional y a la del resto de las principales CC.AA. Estas explotaciones sólo acaparan el 2,5% de la SAU y del MBT. Además, la productividad de la tierra de las explotaciones cuya orientación principal son las hortalizas en invernadero (9,4 UDE/Ha) es inferior a la media nacional (11,7 UDE/Ha) y a la de Andalucía, y experimentado un descenso mayor en el período 1997-2003, al igual que ha sucedido con la dimensión territorial y económica de las mismas.

- **Existe un número elevado de pequeños agricultores no incorporados a entidades asociativas** que dificultan la ordenación y regulación de la oferta de algunos productos.
- **Incremento de los costes de producción** (mano de obra, energía, etc.) por encima de los precios percibidos.
- **Problemas de sanidad vegetal** asociada al monocultivo, sobre todo en invernadero. Tal es el caso del virus de la cuchara en tomate o el del bronceado del tomate en el pimiento. En tomate, esto ha provocado la introducción continua de variedades tolerantes, que no resistentes, no suficientemente probadas y adaptadas, con la consiguiente merma de los rendimientos.
- **Dificultad para acceder a mano de obra cualificada** al contratar inmigrantes y la tendencia de éstos, una vez regularizada su situación, a abandonar su empleo en el sector y acceder a un puesto de trabajo en la construcción o los servicios.
- **Déficit de innovación y transferencia de tecnología** (variedades, tecnologías relacionadas con la producción, conservación, manipulación, información, etc.).
- **Déficit de información** sobre producciones, costes, operadores, tendencias de la demanda, condicionantes de acceso a los mercados.
- **Excesiva burocracia** para acceder a los servicios de las Administraciones Públicas (Subvenciones, Inscripción en Registros, etc.).
- **Descenso de la tasa de crecimiento, de la rentabilidad y de la productividad** de las principales empresas productoras, sobre todo en el año 2004.

Comercialización

- **Descenso de los precios de venta.** Los alcanzados por las hortalizas murcianas exportadas en 2004 se sitúan por debajo de los del año 2000, así como de la media nacional y Andalucía.
- **Elevada concentración de las exportaciones** en un reducido número de especies (lechuga, melón, tomate y pimiento) y países, lo que aumenta el riesgo comercial. Así, los de la UE acaparan el 97,2% y Alemania y Reino Unido el 58%.
- **Escaso grado de concentración de la oferta en las Organizaciones de Productores** que, aunque superior a la media nacional, dificulta su ordenación y regulación.
- **Excesivo número de Organizaciones de Productores (91)**, muchas de ellas de una dimensión que no les permite acceder a las ventajas de las economías de escala y afrontar el elevado poder de negociación de las cadenas de distribución.
- **Déficit de estrategias de diferenciación** (innovación en nuevas presentaciones, 4ª gama, marca, promoción, etc.).
- **Dificultad para crecer vía fusiones** por el carácter personalista de los empresarios, tanto en el ámbito cooperativo como en el mercantil, aunque la necesidad es reconocida por todos.
- **Descenso de la tasa de crecimiento y de la rentabilidad** de las principales empresas comercializadoras, sobre todo en el año 2004.

7.3.- Oportunidades

Producción

- **Clima propicio para la producción de hortalizas** sin protección, o con una protección mínima, a lo largo prácticamente de todo el año, lo que permite reducir los costes de producción y aumentar la competitividad.
- **Estabilización/descenso de la producción en los principales competidores de la UE** (Italia y Francia) y en Andalucía.

- **Posibilidad de contratar mano de obra inmigrante en origen.**
- **Incremento de la cantidad y calidad del agua para riego** mediante la realización de acciones dirigidas al ahorro de agua (Modernización de Regadíos, cubrir embalses para evitar la evaporación, etc.) y las aportaciones de aguas depuradas y desaladas como complemento a las aportaciones externas.
- **Posibilidad de utilizar los Fondos Operativos** para la incorporación de mejoras tecnológicas y comerciales en las empresas y de los **Fondos de Desarrollo Rural** para la modernización de las explotaciones, incorporación de jóvenes, etc.

Comercialización

- **Posibilidad de incrementar el consumo.** En la UE por la reciente ampliación y la promoción de las bondades de las hortalizas para la salud, y en los países emergentes en paralelo al incremento de los niveles de renta.
- **Incremento de las importaciones de grandes países consumidores** como Estados Unidos, Japón, Canadá, Alemania, Reino Unido y Francia.
- **Crecimiento de la demanda de hortalizas de mayor calidad, valor añadido y ahorradoras de tiempo** (producción integrada y ecológica, 4ª gama, etc.).
- **Tendencia de las grandes cadenas de distribución a establecer relaciones estables con los operadores en origen**, lo que supone una oportunidad para las empresas con capacidad para ofrecer los volúmenes y disponibilidad exigidos.
- **Potencial de las nuevas tecnologías de la información** para mejorar la relación con los clientes y el servicio prestado.

7.4.- Amenazas

Producción

- **Incremento de la producción en países en vías de desarrollo** (Marruecos, Rumania, Hungría, China, Argelia, Rusia, etc.) con costes de producción más bajos y productos cada vez de mayor calidad, pues con frecuencia son

producidos por, o en colaboración, de grandes empresas de los principales países productores.

- **Dificultad de incrementar el tamaño de la explotación** por el elevado incremento del precio de la tierra asociado al desarrollo urbanístico.
- **Exigencias medioambientales asociadas a la gestión de residuos (plásticos y envases) y las relativas al contenido de residuos fitosanitarios**, unido a la prohibición de uso de ciertos fitosanitarios sin claras alternativas a los mismos que podría afectar, sobre todo, a la competitividad de la horticultura de invernadero.
- **Agua escasa, de mala calidad y a precios elevados**, unido a la falta de acuerdo político en cuanto a la forma de solucionar el déficit hídrico estructural de la Región.
- **Pérdida de credibilidad de las empresas murcianas** en los mercados internacionales en cuanto a su capacidad de suministro regular debido a los insistentes mensajes sobre la escasez de agua.
- **Dependencia tecnológica del exterior**, sobre todo en lo relativo a variedades, y problemas de adaptación de éstas a las condiciones de producción en la Región.
- **Déficit en infraestructuras** (eléctricas, gas natural, sistemas de riego, etc.) que dificultan el acceso a determinados inputs y servicios a precios adecuados.
- **Efectos negativos del desacoplamiento de las ayudas agrarias** al propiciar la implantación de cultivos hortícolas en zonas dedicadas a otros cultivos.
- **Cuestionamiento del Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social (REASS)**, cuya desaparición conllevaría un incremento de los costes del sector.

Comercialización

- **La producción mundial de hortalizas aumenta por encima del consumo** debido a la saturación de los mercados tradicionales, al incremento de los

precios y al estancamiento del consumo, sobre todo, entre los segmentos de menor edad.

- **Fuerte competencia de productos sustitutivos** (derivados lácteos y pastelería) más fáciles de consumir y vendidos por empresas que hacen grandes inversiones en promoción, algunas basadas en las propiedades saludables de las hortalizas.
- **Cambios en las tendencias del consumidor** y elevadas exigencias que se traduce en una reducción del ciclo de vida de los productos.
- **Reducida disposición del consumidor y la distribución a retribuir los mayores costes** que conlleva el cumplimiento de muchas de sus exigencias (trazabilidad, seguridad, calidad, etc.).
- **Elevada concentración y poder negociador de las grandes cadenas de distribución** que les lleva a establecer enormes exigencias a sus proveedores, los términos del acuerdo y a operar con elevados márgenes comerciales.
- **Existencia de numerosos sistemas de gestión y valoración de la calidad**, muchos de ellos impuestos por las grandes cadenas de distribución, que disminuyen la credibilidad del consumidor y aumentan los costes de implantación.
- **Entrada de Polonia y Hungría en la Unión Europea y posible acceso de Turquía y Rumania** por su capacidad productora y exportadora.
- **Incremento de las exportaciones de grandes países productores** (China, India, Turquía, Egipto, etc.) con costes de producción inferiores y de los Países Bajos por su enorme capacidad comercial.
- **Desmantelamiento progresivo de la protección externa de la Unión Europea** en el marco de las negociaciones de la OMC y de la Reforma de la PAC.
- **Sistema de Preferencias Generalizadas y Acuerdos bilaterales con terceros países** (tal es el caso de Marruecos con el tomate), con costes de producción más bajos, que reducen la protección de los productos regionales frente al exterior.

- **Falta de rigor en los controles aduaneros de acceso a la UE** y en la gestión de los precios de entrada, lo que favorece el paso de productos en condiciones fraudulentas.
- **Competencia desleal** de países con sistemas de producción que no respetan las buenas prácticas agrícolas ni las condiciones de trabajo.
- **Dificultad de acceso a importantes países consumidores** (Estados Unidos y Japón) y con elevado poder adquisitivo, debido a barreras técnicas al comercio (medidas fitosanitarias) y la preferencia de los productos autóctonos.
- **Excesiva dependencia del transporte por carretera.**
- **Existencia de campañas para desacreditar las hortalizas españolas/murcianas** en determinados momentos y países.
- **Excesiva rigidez en la gestión de los Fondos Operativos** en cuanto a las acciones a acometer con ellos y la contribución financiera de los socios.
- **Insuficiente complementariedad y acceso a las medidas de Desarrollo Rural.**

8.- RECOMENDACIONES

- **Concentrar la oferta** mediante fusiones y/o el establecimiento de acuerdos de colaboración o alianzas estratégicas (cooperativas agrarias de segundo grado, consorcios, etc.) con elevado nivel de compromiso que, en ningún caso, supongan el aumento del número de oferentes ni costes adicionales.
- **Fomentar la creación de cooperativas de explotación comunitaria de la tierra, bancos de tierras, etc.** para incrementar el tamaño de las explotaciones.
- **Potenciar las Organizaciones de Productores** existentes para aumentar su participación en la comercialización, fortalecer la posición de los productores en el mercado y afrontar los retos que plantea la concentración de la demanda.
- **Impulsar la figura de la Asociación de Organizaciones de Productores** entre cuyos cometidos, según el Reglamento (CE) 2200/96, destaca el establecimiento de normas homogéneas de producción y comercialización de obligado cumplimiento para el conjunto de agricultores de una determinada "circunscripción económica", de manera que se consiga una regulación eficaz de la oferta.
- **Mejorar las estructuras de producción, manipulación y comercialización** con el fin de aumentar su rentabilidad y responder a las exigencias (trazabilidad, seguridad alimentaria, aspectos medioambientales, nuevas presentaciones, etc.) de los consumidores y de las cadenas de distribución mediante la incorporación de las tecnologías más avanzadas.
- **Realizar inversiones** para disminuir los costes de producción, manipulación y comercialización, adecuar las variedades y los procesos de producción (integrada y ecológica, presentaciones, atmósfera controlada, 4ª gama, etc.) a las tendencias del mercado y mejorar la disponibilidad, seguridad, calidad y valoración del producto implantando sistemas de gestión de la calidad y acciones de promoción.
- **Diversificar la oferta y alargar las campañas de producción-comercialización** para atender el suministro de los clientes en gama de productos y regularidad durante todo el año.

- **Diversificar los mercados de destino** para afrontar los problemas de saturación de los de la UE, prestando atención a los de alto poder adquisitivo (EE.UU. y Japón) y a los emergentes con potencial de rentas y consumo (URSS, China, etc.).
- **Favorecer la inversión en redes comerciales y logísticas** en los mercados de destino al objeto de estar más próximo a los clientes y prestarles un mejor servicio.
- **Potenciar las campañas institucionales de promoción para incrementar el consumo y de apoyo a la exportación** (asistencia a ferias, misiones comerciales, etc.), recabando el apoyo del INFO para la internacionalización de las empresas hortícolas murcianas en el marco del Plan de Promoción Exterior.
- **Prestar más atención al mercado nacional e impulsar la creación de una marca de producto agrario regional/nacional para el mismo.**
- **Establecer acuerdos de suministro estables con la industria conservera** para evitar las incertidumbres asociadas a la demanda y a las variaciones de precios.
- **Potenciar la investigación y la transferencia de tecnología** mediante acciones coordinadas entre los centros públicos y las empresas, en especial la relacionada con 1) **las semillas y el material vegetal**, evitando la dependencia del exterior y disponiendo de material más idóneo a nuestras condiciones de producción, 2) **nuevas técnicas productivas** que permitan reducir costes, mejorar la calidad y los rendimientos, y reducir el impacto medioambiental, 3) **el uso eficiente del agua**, 4) **la conservación y el desarrollo de nuevos productos** (atmósfera controlada, 4ª y 5ª gama, nuevas presentaciones, etc.).
- **Desarrollo de un programa de formación** (reglada y continua) para mejorar la cualificación de los recursos humanos implicados en la producción, manipulación y comercialización de las hortalizas, de manera que se dé respuesta a las necesidades reales de las empresas en esta materia. Para ello, resulta imprescindible la coordinación de todos los entes que la imparten (Universidades, Centros de Formación Secundaria, CIFEAS, Organizaciones Agrarias, Organizaciones Representativas, etc.).

- **Establecer Planes Integrales de Lucha contra plagas y enfermedades** para mejorar la sanidad de los cultivos, haciendo frente, sobre todo, a los problemas de virosis y a las plagas y enfermedades desconocidas.
- **Incrementar la disponibilidad de agua** en cantidad y calidad, y a un precio que las empresas puedan soportar, siendo de gran interés para ello la suscripción por todas las fuerzas políticas regionales de un “Pacto Regional por el Agua”.
- **Mejorar el grado de aseguramiento de las explotaciones** mediante el establecimiento de un seguro agrario integral que incluya, incluso, el pago de un precio mínimo en caso de destrucción de la mercancía por exceso de oferta.
- **Incentivar el uso agrícola de la tierra** frente a otros usos alternativos (urbano, turístico, etc.).
- **Realizar acciones para mejorar la imagen de la actividad agraria**, por su carácter estratégico como generadora de empleo, suministradora de alimentos y conservadora del medio natural, y para **afrentar las agresiones externas** que la deterioran.
- **Creación de interprofesionales** con participación de todos los agentes implicados en la producción, acondicionamiento y comercialización de determinadas hortalizas, dirigida a coordinar diferentes actividades productivas y comerciales (cantidades a producir, creación de marcas, acciones de promoción, etc.).
- **Creación de un órgano especializado en gestión de la calidad** que tenga como objetivo fomentar la certificación de las empresas alimentarias con los sistemas y protocolos internacionalmente reconocidos en materia de seguridad, calidad y excelencia empresarial. Este órgano sería también el encargado de promocionar el consumo de los alimentos tradicionales de la Región, involucrando a los consumidores, comercializadores y empresas de distribución en este proceso.
- **Creación de un órgano especializado de gestión** de todas las ayudas y en la generación de los proyectos que faciliten el acceso a los programas generales y sectoriales derivados de la PAC y de las OCM.

- **Creación de un órgano especializado en el análisis y diagnósticos** de costes de producción-comercialización, nuevos usos de los productos, mercados, competencia, tendencias del consumo, competitividad, procesos de fusión y colaboración, necesidades de formación e investigación, etc.
- **Creación de un “Instituto de Fomento Agrario”** como institución integrada por los Órganos anteriores para una mejor coordinación de los mismos así como con las Administraciones Públicas, Centros de Investigación públicos (CEBAS e IMIDA) y privados (CIFACITA), Universidades, Organizaciones Agrarias, Organizaciones Representativas, y demás agentes o instituciones que puedan contribuir a la mejora de la competitividad del sector.
- **Acciones para mejorar la competitividad de ciertas hortalizas con problemas específicos o favorecer su reconversión.** Tal es el caso del tomate debido a la fuerte competencia de otros países y al descenso de la rentabilidad por el aumento de los costes y la disminución de los rendimientos.
- **Impulsar la introducción en la OCM de Frutas y Hortalizas de una serie de modificaciones** que demanda el sector murciano dirigidas a superar las deficiencias hasta ahora detectadas.
- **Impulsar la coexistencia y complementariedad entre los programas operativos y las ayudas al desarrollo rural** dirigidas a mejorar las explotaciones agrarias y la transformación y comercialización de sus productos.
- **Impulsar el cumplimiento de los acuerdos bilaterales** con terceros países en lo relativo a precios y cantidades de entrada, por lo que se propone la modificación del régimen de importación recogido en el Reglamento (CE) 3223/94.
- **Impulsar la no concesión de ventajas comerciales a terceros países** sin conocer previamente el impacto económico sobre el sector y su aprobación por sus Organizaciones representativa, evitando que las hortalizas sean utilizadas como moneda de cambio de la UE para obtener ventajas en otros sectores.
- **Impulsar la normalización de todas las hortalizas y la adaptación de las normas de calidad comercial** de la UE a la nueva realidad del mercado.

- **Impulsar la homogeneización de la normativa de la producción integrada** tanto en el plano nacional como europeo y su armonización con los principales protocolos de producción (Eurep-Gap, UNE 155000, etc.).
- **Impulsar la armonización del límite máximo de residuos (LMRs)** entre los países de la UE para favorecer el libre intercambio entre ellos, así como **las medidas relacionadas con el control fitosanitario y las condiciones laborales** en terceros países al objeto de evitar el “dumping social” y la competencia desleal.
- **Impulsar soluciones a la falta de adaptación de la normativa de fitosanitarios a la realidad productiva de la Región de Murcia.**
- **Impulsar una política medioambiental (gestión de residuos, etc.) adecuada al sector**, de manera que éste sea considerado su principal aliado y no su enemigo.
- **Impulsar procedimientos y ayudas que faciliten la contratación de trabajadores extranjeros**, sobre todo a las pequeñas empresas, su transporte, acceso a la vivienda e integración en la comunidad en la que residen.
- **Impulsar actuaciones en materia de relaciones laborales** (Reforma del REASS, tarifas de accidente de trabajo y enfermedad profesional, absentismo laboral, etc.) que mejoren la competitividad del sector y, en ningún caso, la disminuyan.
- **Impulsar el cumplimiento de las normas de prevención de riesgos laborales y la creación de servicios Mancomunados de Prevención de Riesgos Laborales en el sector.**

9.- BIBLIOGRAFÍA

- AECOC (1995). El consumidor ante la compra: comportamientos y preferencias. Asociación Española de Codificación Comercial en colaboración con DYPANEL.
- AECOC (2002). Cómo implantar secciones ganadoras de frutas y hortalizas. AECOC, Barcelona.
- Ali, Chebil y Julián Briz (2000). Escenario competitivo del sector hortícola español. Distribución y Consumo, 52, pp. 59-73.
- Alimarket (2000). Frutas y Hortalizas: Movimiento Continuo. Alimarket, noviembre. En www.alimarket.es.
- Alimarket (2001). Frutas y Hortalizas: Un Sector en Lenta Renovación. Alimarket, noviembre. En www.alimarket.es.
- Alimarket (2002). Frutas y hortalizas: adaptarse para crecer. Alimarket, 156, 82-127.
- Alimarket (2003). Sector hortofrutícola: concentración a marchas forzadas. Alimarket, 167, 72-115.
- Alimarket (2004). Frutas y Hortalizas: Hacia un Mercado Global. Alimarket, noviembre. En www.alimarket.es.
- Alimarket (2004b). Melón y sandía nuevas variedades y casi todo el año. Alimarket, 175, 88-99.
- Alimarket (2004c). Frutas y hortalizas hacia un mercado global. Alimarket, 178, 82-123.
- Alimarket (2005). Frutas y Hortalizas. Alimarket, noviembre, pp. 83-¿¿.
- Alimarket (2005a). Informe Anual. Alimentación Perecedera. Alimarket. En www.alimarket.es.
- Alimarket (2005b). Frutas y Hortalizas: El Sur se Articula. Alimarket, noviembre. En www.alimarket.es.
- Arcas, N. y Ruiz, S. (1997). Comercialización de frutas y hortalizas en el entorno internacional. Distribución y Consumo, 35, 55-89.
- Arcas, N. (Dir.), García, D., Hernández, M., Meroño, A., Munuera, J. L., Pérez Rubio, F. y Ruiz, S. (2004). El Cooperativismo Hortofrutícola de la Región de Murcia. Evolución Reciente y Diagnóstico Actual. Federación de Cooperativas Agrarias de la Región de Murcia. Murcia.
- Arcas, N., Ruiz, S. y Hernández, M. (1997). Los compradores de productos hortofrutícolas: Identificación de grupos a partir de los beneficios buscados. Investigación Agraria. Economía, 12 (1,2,3), 231-245.
- Arcas, N. y Hernández, M. (2006). Comportamiento del consumidor español de productos hortofrutícolas. Revista de Estudios Agrosociales y Pesqueros, 210.
- Casares, J. y V. Martín (2006). Niveles de precios en distribución alimentaria y droguería. Distribución y Consumo, enero-febrero, 5-22.

- Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia. Memoria 2003, 2004, 2005.
- Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia. En www.carm.es.
- Consejo de Agricultura Ecológica de la Región de Murcia. En www.caermurcia.com.
- De Pablo, J. (2002). Las Alhóndigas: Pasado, Presente y Futuro. Distribución y Consumo, 66, 88-97.
- Delgado, E. y Arcas, N. (2004). Políticas de marca en los productos de alimentación en fresco. Distribución y Consumo, 77, 27-36.
- Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. En www.cscamaras.es
- Distribución y Consumo (2004). Distribución mayorista de frutas y hortalizas. El protagonismo de la red de Mercas. Distribución y Consumo, 75, 99-128.
- Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 1997 y 2003. En www.ine.es.
- Eurostat. En www.europa.eu.int.
- FAO. FAOSTAT-Agriculture. En www.fao.org
- Fernández, R. y Saá, P. (2001). Realidad económica de la fruta en el mercado español. Distribución y Consumo, 57, 57-77.
- Hernández, M. y Arcas, N. (2000). La ¿sorprendente? resistencia de la frutería. Distribución y Consumo, 53, 37-44.
- Illescas, J. L. y Bacho, O. (2005). Evolución y tendencias en los mercado de frutas y hortalizas (I): Análisis de las principales variedades de frutas. Distribución y Consumo, 82, 65-142.
- Langreo, A. (2005). El Sistema Alimentario Español desde la Perspectiva de los Sectores Productivos (y II). La Cadena de Producción de Frutas y Hortalizas Frescas. Distribución y Consumo, 82, 15-24.
- Langreo, A. y De Manuel, C. (1998). Frutas y Hortalizas Frescas. Cambios de Fondo en un Sector Líder. Distribución y Consumo, 40, 65-119.
- MAPA. (2004). Informe del sector frutas y hortalizas (oferta, distribución y demanda). www.mapya.es
- MAPA. (2005). Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria. MAPA, Madrid.
- Martín, V. (2004). Consumo de hortalizas y frutas frescas. Distribución territorial. Distribución y Consumo, 75, 53-97.
- Martín, V. (2005a). Consumo de frutas frescas en España. Distribución y Consumo, 82, 41-62.
- Martín, V. (2005b). Consumo de hortalizas frescas en España", Distribución y Consumo, 83, 5-27.
- Martínez, H. (2003). La cuarta gama da el salto. Alimarket, 185, 103-109.
- Martínez, H. (2005). La cuarta gama comienza a popularizarse. Alimarket, 163, 111-121.

- MERCASA (2006). Alimentación en España 2005. Producción, Industria, Distribución y Consumo.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2003). Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (Varios años). La Alimentación en España.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Análisis de las Relaciones de las Pymes Agroalimentarias con la Distribución Comercial. En www.mapa.es.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Anuario de Estadística Agroalimentaria. En www.mapya.es
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Diagnóstico y Análisis Estratégico del Sector Agroalimentario Español. Análisis de la Cadena de Producción y Distribución del Sector de las Frutas y Hortalizas Frescas. En www.mapa.es.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Informe de Comercialización de Frutas y Hortalizas. En www.mapa.es.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Informe del Sector Frutas y Hortalizas. En www.mapa.es.
- Ministerio de Economía (2004), Investigación de la cadena de distribución de determinadas frutas y hortalizas.
- Mir, J. y Martínez, J.A. (1997). El consumidor ante la compra de productos hortofrutícolas. Comportamientos y preferencias, Marketing de productos hortofrutícolas. Universidad Internacional Menéndez-Pelayo.
- Plan de Competitividad del sector de frutas y hortalizas de la Región de Murcia. FECOAM, PROEXPORT y APOEXPA.
- Secretaría de Estado de Turismo y Comercio. En www.mcx.es.
- Sevilla, M. (1999). Canales de Comercialización de Frutas y Hortalizas. Distribución y Consumo, 47, 95-104.
- Valencoso, C. (2005). "¿Qué le está pasando al consumo de frutas y hortalizas?", VII Congreso AECOC de frutas y hortalizas. Valencia.