

Una campaña de patata temprana con menos producción y precios más altos



Revista

El Comité de Patata de FEPEX, constituido por las organizaciones sectoriales ASONAL, ASOCIAFRUIT y CIPP, se reunió el pasado 8 de abril en Madrid para analizar la campaña de patata temprana así como la situación del mercado y la evolución del consumo.

Tras la reunión, Roberto Ruiz de Infante Aguirre, miembro de dicho Comité, ofrece un análisis en profundidad de la situación actual en las principales zonas productoras españolas y europeas y de las perspectivas de mercado.

Menos patata temprana

Todos los años, el mes de mayo es el momento en que se realiza en España el cambio de la patata de conservación por la patata de nueva cosecha (patata temprana). Sin embargo, este año, la mala climatología registrada en toda la zona Sur, muy especialmente en Andalucía —el principal productor de patata temprana española— no va a permitir que ese cambio pueda realizarse con normalidad. La adversa climatología ha dificultado enormemente el cultivo. Las intensas y persistentes lluvias han arruinado muchos campos de patatas. En otros casos, se ha producido un retraso muy considerable de las siembras y con ello también una disminución de los rendimientos de cosecha. Por consiguiente, tanto el número de hectáreas como el volumen de producción van a ser muy inferiores a la media de los últimos años. Se calcula que el número de hectáreas de patata temprana andaluza no llegará al 60% de la superficie media anual y el volumen de producción apenas alcanzará el 50% de un año normal.

La situación es muy preocupante. Así lo demuestran las cifras: hemos pasado en Andalucía de una superficie media de 7.000 hectáreas a apenas este año 4.150 hectáreas y de una producción de 225.000 toneladas a un aforo que no supera las 110.000 toneladas.

En Europa

La situación que presenta Andalucía, aún siendo mucho peor, anticipa la tendencia del resto de zonas de producción de patata temprana europeas, según avanza el portavoz del Comité sectorial. En Chipre, que produce en torno a las 190.000 toneladas anuales, este año se espera también una reducción importante, alrededor del 30%, debido a la climatología. Sicilia, con una producción anual de unas 150.000 toneladas, prevé una reducción de casi un 35%, también por culpa de la climatología y de una reducción de superficie de cultivo. En la zona de Nápoles —una de las zonas de más producción con casi 350.000 toneladas anuales— por el contrario, se prevé que mantenga los mismos niveles de producción, pero la recolección llegará con cierto retraso, debido a las bajas temperaturas registradas. Francia, por su parte, aunque no tiene una gran producción de patata temprana —unas 50.000 toneladas al año— también verá mermada su cosecha. En cuanto al Palatinado en Alemania, otra zona de producción de patata temprana, la cosecha no ha sufrido

mermas pero sí presenta un retraso en la recolección debido al frío.

La consecuencia más directa del análisis de estas previsiones es que este año en Europa se reduce considerablemente la oferta de patata temprana, lo que inevitablemente provocará un incremento de los precios. De hecho, los precios actuales de la patata ya han subido y siguen una línea ascendente, debido sin duda a esta nueva perspectiva del mercado. Los productores, que conservan todavía patata almacenada, están aprovechando la coyuntura y tratan de recuperar unos precios que de forma ruinosa les han castigado durante año y medio. En estos tres últimos meses, el precio de la patata se ha doblado: de un precio medio de 120 euros/tonelada, a otro por encima de los 280 euros/tonelada.

Perspectivas de mercado

Según explica el representante de FEPEX, estas previsiones de mercado de patata temprana no necesariamente deben afectar con determinación al sector español de la patata en su conjunto, ni tampoco a la situación de mercado que vaya a producirse a partir del mes de agosto: cada momento se debe a sí mismo, ya que el mercado de la patata, al igual que el resto de frutas y hortalizas, es un mercado muy sensible e imprevisible. Cualquier pequeño exceso de oferta o demanda provocan grandes fluctuaciones de precio. Estamos hablando, en todo caso, de un cultivo muy exigente, que provoca mucha incertidumbre en el productor; de un mercado, por tanto, muy especulativo, con mucha volatilidad en los precios; y de un producto perecedero con una demanda estable a lo largo del año y de gran consumo, frente a una secuencia de producción inconstante y coyuntural. Esto dificulta enormemente la gestión de las empresas comercializadoras.

No obstante, Ruiz de Infante confirma que los incrementos de precio ahora en las últimas patatas de conservación, apuntan al alza el precio de la patata temprana.

La cuestión ahora es trasladar esta situación de fortaleza del mercado de origen al punto de venta del consumidor final. La <regla de oro> del mercado establece que una menor oferta supone siempre un incremento de los precios. Pero, si en situación de equilibrio económico el punto de venta final es relativamente permeable al aumento natural de los precios, en la actual situación de recesión económica y de guerra de precios, el mercado de destino va a oponer una mayor resistencia a una subida de precios que va contra-corriente de la agudeza con que se practican las estrategias de competencia.

La teoría más fiable y en la que confía el portavoz de FEPEX es que será al final el propio mercado quien regule y equilibre la situación ante estos dos antagonismos. Es decir, los productores no percibirán el mejor precio que en circunstancias de normalidad económica podrían alcanzar con esta reducción de cosecha, pero al mismo tiempo, el mercado de destino tampoco podrá marcar precios tan bajos como quisiera y que con tanta vehemencia promueve, ya que la oferta va a ser escasa.

A partir de agosto

Una vez finalice la campaña española de patata temprana —centrada en Andalucía— a principios de agosto comienza la temporada en la zona de Castilla - León. Las previsiones que se avanzaron en la reunión sectorial de FEPEX, anuncian que la situación de los precios, cuando entre en juego la producción castellano-leonesa, puede ser relativamente aceptable para los productores, debido al equilibrio de oferta en la primera parte de campaña. Respecto a la superficie de cultivo, esta zona también presenta una reducción de hectáreas plantadas, por la caótica situación de mercado del año pasado, lo que ha provocado que muchos productores de la zona hayan decidido este año no plantar. No obstante, la perspectiva de mercado de la patata temprana ha servido de revulsivo para muchos productores castellano-leoneses que se han decidido a última hora a sembrar patatas. Así las cosas, a pesar de este repunte, Castilla - León puede reducir en torno a un 15% el número de hectáreas cultivadas.

Un sector desestructurado

El sector de la patata en España —tal como lo reconocen sus propios actores— es un sector desestructurado. En este sentido, Roberto Ruiz de Infante Aguirre afirma que, a su entender, existen

mecanismos que podrían solucionar el problema.

En primer lugar, aboga por la implementación de las relaciones contractuales —los contratos—. Es decir, defiende la creación de un marco de compromiso contractual entre productores y comerciantes como mecanismo para adecuar la oferta a la demanda y evitar en la medida de lo posible el exceso o escasez de producción. Las relaciones contractuales proporcionan estabilidad al sector; orientan la producción hacia el mercado; establecen los criterios de calidad y por último son una apuesta común de complicidad recíproca entre sector productor y sector comercial.

Este escenario general de carácter contractual puede también salir al paso de la descoordinación entre los ritmos de la venta y los ritmos de la recolección. En España, aún no hemos conseguido superar en términos de mercado el concepto de campaña de recolección. Existen campañas concretas de producción, pero de otro modo, no existen campañas concretas de comercialización, ya que ésta se concreta en una actividad duradera y estable a lo largo de todo el año, porque las patatas se consumen los 365 días del año. Por tanto, debemos superar el hándicap de sobreofertas artificiales que genera el propio sector productor cuando trata de vender toda su producción en un momento, en un tiempo record, mientras dura la campaña de recolección. Debemos ampliar el periodo de comercialización, ajustándonos a los ritmos y amplitud temporal que determina el propio mercado.

Roberto Ruiz de Infante Aguirre también opina que la promoción puede ser un buen mecanismo de vertebración para el sector de la patata nacional. En este sentido, explica que habrá que hacer un esfuerzo para promocionar el producto local, regional y nacional y dar a conocer al consumidor las bondades de nuestra patata y el buen hacer del sector español.

Por último, una coyuntura de precios elevados —tal como puede ocurrir en la campaña que está por llegar— suele enmascarar los problemas reales de tipo estructural que afectan al sector y muchos acaban creyendo que ya están solucionados todos los problemas. Por tanto, no debemos mezclar coyunturas con tendencias. Una configuración estructural y vertebral del sector es un factor clave para garantizar una actividad productiva duradera, equilibrada y rentable.