

ANÁLISIS DE MERCADOS

Frutos rojos Una campaña con la demanda al alza



www.plataformatierra.es

Septiembre 2021

TIERRA[•]

Ana Cabrera Sánchez

Tomás Agüera Camacho

 **cajamar**
CAJA RURAL

Una iniciativa para la digitalización y la sostenibilidad del sector agroalimentario



Introducción

El sector de los frutos rojos está plenamente consolidado en España y tiene unas buenas perspectivas de cara a futuro dada la demanda creciente que existe en Europa y en el mundo. Esta tendencia al alza en el consumo se ha visto favorecida por una mayor preocupación de la población por la ingesta de una dieta saludable a consecuencia de la COVID-19, al igual que ha ocurrido para la mayor parte de las frutas y hortalizas.

No obstante, y a pesar de las buenas perspectivas, el sector no está exento de retos de cara a futuro que pasan por digitalización, el uso cada vez más sostenible de recursos y seguir invirtiendo en la mejora genética vegetal para que se ajuste cada vez más a las demandas de todos los agentes de la cadena de valor.

Respecto a la campaña 2020/21, se ha desarrollado de forma positiva a pesar de las heladas de principios de año y las dificultades con el comercio a Reino Unido derivadas del frío, la pandemia y entrada en vigor del *brexit* en el mes de enero.

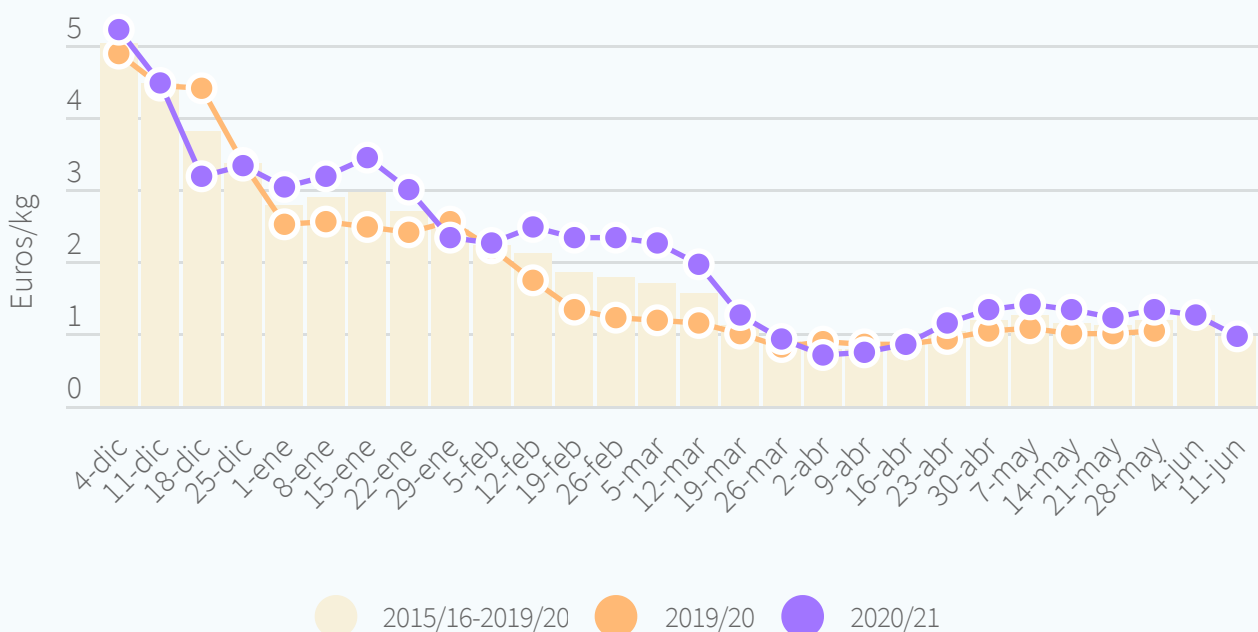
En este informe se analiza el comportamiento en el mercado de las tres principales *berries* cultivadas en España: fresa, arándano y frambuesa.

Fresa

La campaña de fresa 2020/2021 puede calificarse como muy positiva con mejores cifras de producción, precio y valor que la de 2019/2020. Según datos publicados por el Observatorio de precios y mercados de la Junta de Andalucía, la producción de fresa ha alcanzado las 349.232 miles de toneladas, lo que ha representado un 33,7 % más que la campaña anterior y un 12 % superior al promedio de las tres anteriores. La superficie destinada a su cultivo se ha visto ligeramente reducida (-1,8 %) en la última campaña.

Asimismo, los precios medios han presentado un buen comportamiento, con un incremento del 15,5 % respecto a la campaña anterior y un 8,2 % respecto a la media de las 5 últimas, siendo el precio medio alcanzado en 2020/21 de 1,34 euros/kg. Como puede verse en el siguiente gráfico, el comportamiento en el mercado ha sido muy positivo desde enero hasta mediados de marzo incentivado por la menor oferta de producto a causa de la tormenta Filomena.

Evolución del precio de la fresa categoría I en España



Fuente: Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía

También se han obtenido buenas cotizaciones desde mediados de abril hasta el final de la campaña, en esta ocasión favorecidas por la reducción de la oferta centroeuropea por una climatología adversa. Así, las bajas temperaturas en otros países comunitarios han retrasado su producción, permitiendo el alargamiento de la campaña española y un mejor comportamiento de nuestra fresa en los mercados.

Respecto a las exportaciones desde diciembre hasta junio han aumentado un 8,6 % alcanzando las 300,1 miles de toneladas. **La mayor demanda europea, junto con la contracción de la oferta en determinados momentos de la campaña española y europea han impulsado el precio medio aparente de comercialización y eso ha provocado un incremento del valor de exportación del 22,5 %** respecto a la campaña anterior.

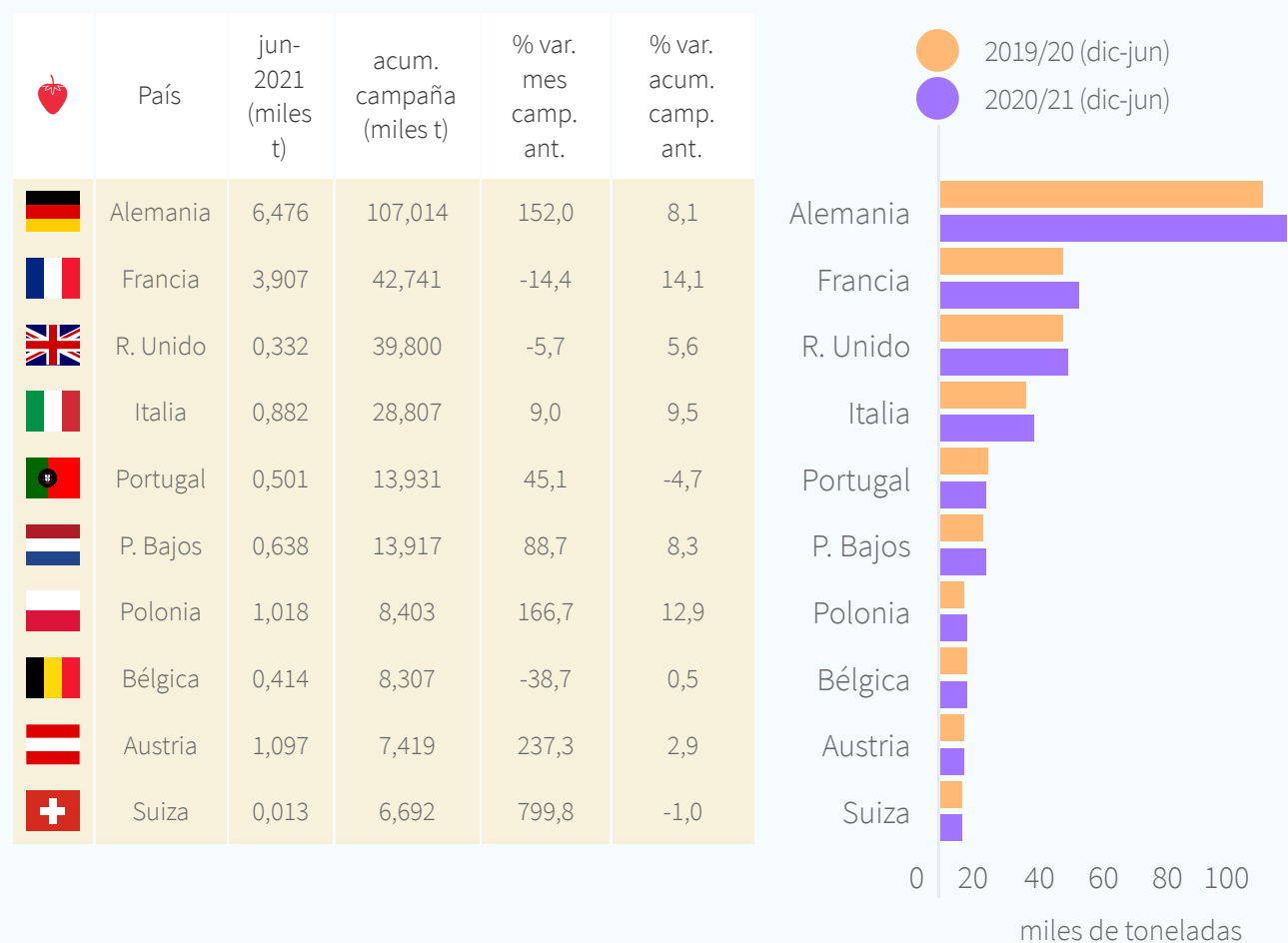
El análisis según países de destino muestra que la mayor parte de nuestros clientes han aumentado los volúmenes adquiridos. Porcentualmente, destaca el crecimiento experimentado en el mercado francés (14,1 %), que ha recuperado las cantidades prepandémicas. También es destacable que Alemania, nuestro principal mercado, ha adquirido un 8,1 % más de producto que en la campaña anterior, volviendo a superar las 107 mil toneladas.

Reino Unido, también ha aumentado sus compras a España, en un 5,6 % durante los meses considerados, por lo que **de momento no se aprecia ningún efecto del *brexit* sobre la comercialización de fresa**. España continúa siendo el principal origen suministrador de este producto al mercado anglosajón. No obstante, hay que señalar el aumento de las exportaciones de fresa marroquí a este mercado, que prácticamente se han duplicado durante 2021 (enero a junio) respecto a 2019 y son muy superiores a 2020, según datos publicados por UK Trade Info. La elevada diferencia de volúmenes comercializados respecto a 2020 se debe fundamentalmente a un episodio de sequía que sufrió el país y a que la COVID-19 afectó al comercio internacional de las *berries*, coincidiendo el periodo productivo con los momentos más duros de la pandemia en Europa.






Respecto las compras españolas, estas han sufrido un retroceso del 23,2 % en volumen y del 11,4 % en valor. Esta disminución de las compras se debe principalmente a la menor entrada de fresa marroquí durante el primer trimestre de 2021, que ha supuesto un descenso el volumen de los envíos procedentes de este país en un 29,1 % durante 6 primeros meses del año.

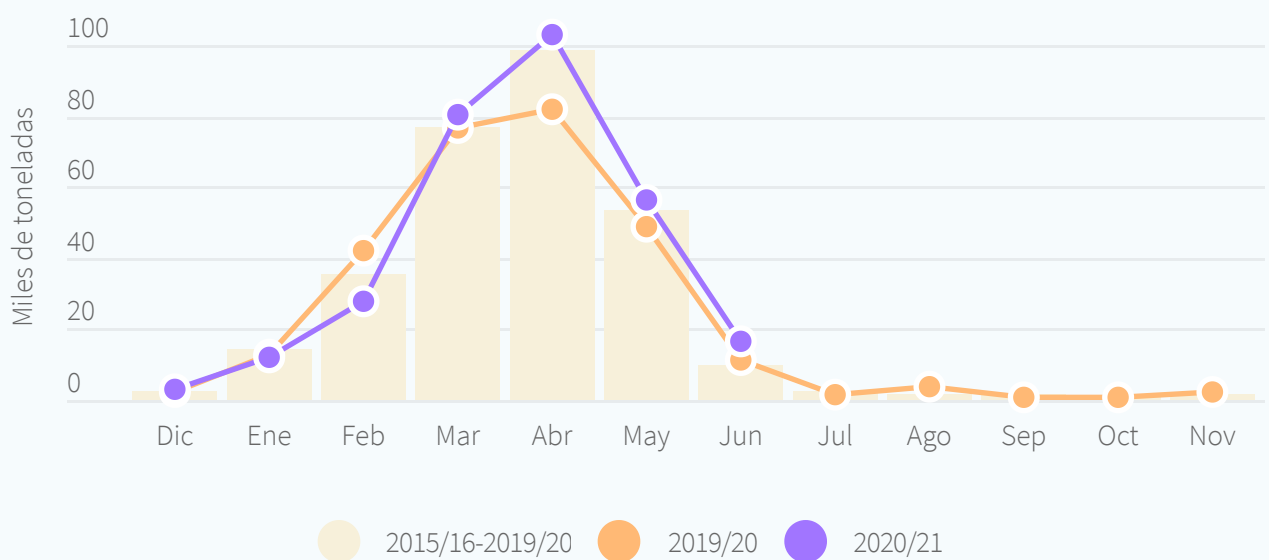
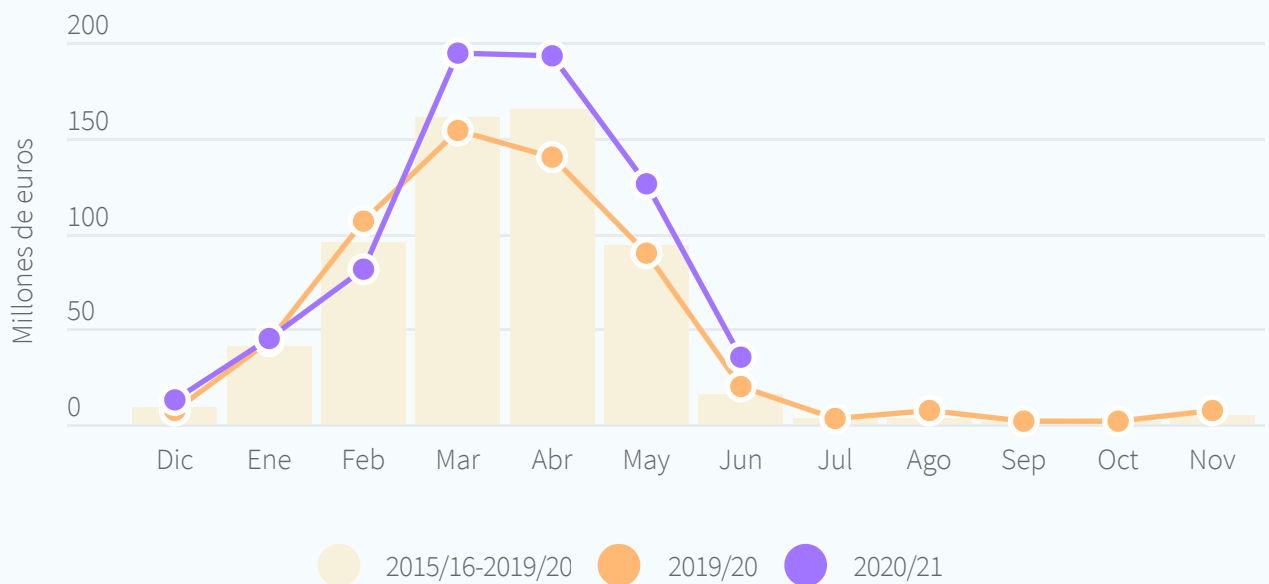
Principales destinos de las exportaciones de fresón español



Fuente: Datacomex

Distribución mensual de las exportaciones de fresón español (valor y volumen)

		jun-2021	acum. campaña	% var. mes camp. ant.	% var. acum. camp. ant.
€	Valor (millones euros)	34,568	686,770	72,8	22,5
	Volumen (miles t)	16,841	300,120	54,1	8,6

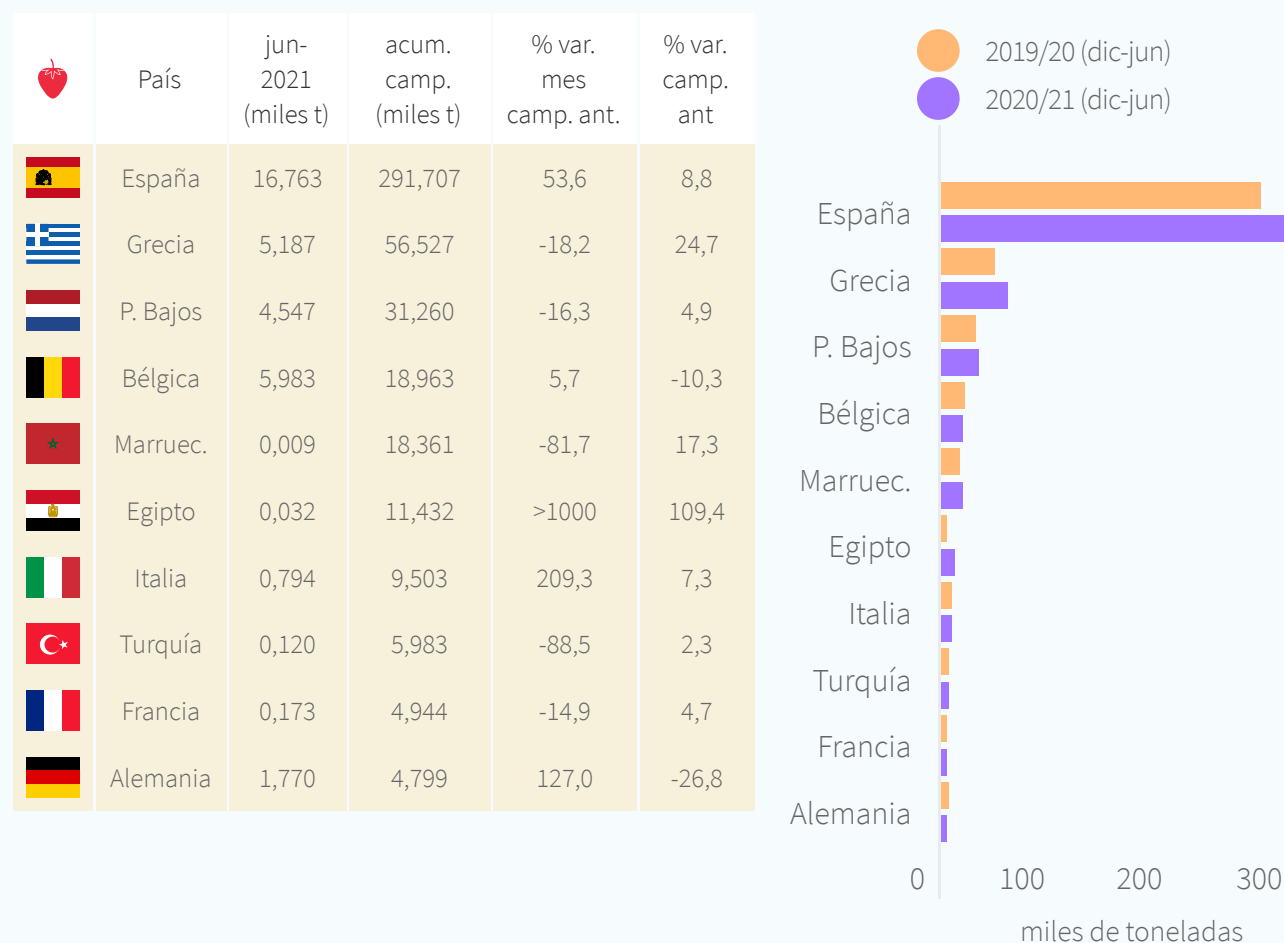


Fuente: Datacomex

Por otra parte, **el mercado europeo ha crecido un 9,1 % hasta junio de 2020/21**, siendo España el primer suministrador en los meses en que hay producción nacional, seguido a gran distancia de Grecia y Países Bajos. Grecia es el país que más ha aumentado su suministro a la Unión Europea (24,7 %) respecto a la campaña anterior, destacando entre los orígenes que están apostando por el desarrollo de este cultivo.

El quinto suministrador a la UE es Marruecos, que realiza la mayor parte de los envíos a través el mercado español y francés, de manera que actualmente la fresa marroquí es complementaria a la oferta española en el abastecimiento de los mercados. No obstante, el potencial productivo de este país, junto con el apoyo institucional recibido a través de 'Plan Maroc Vert' antes, y ahora con la estrategia 'Génération Green 2020-2030', lo convierte en un futuro competidor de la producción española.

Principales proveedores de fresón a la UE y Reino Unido en volumen

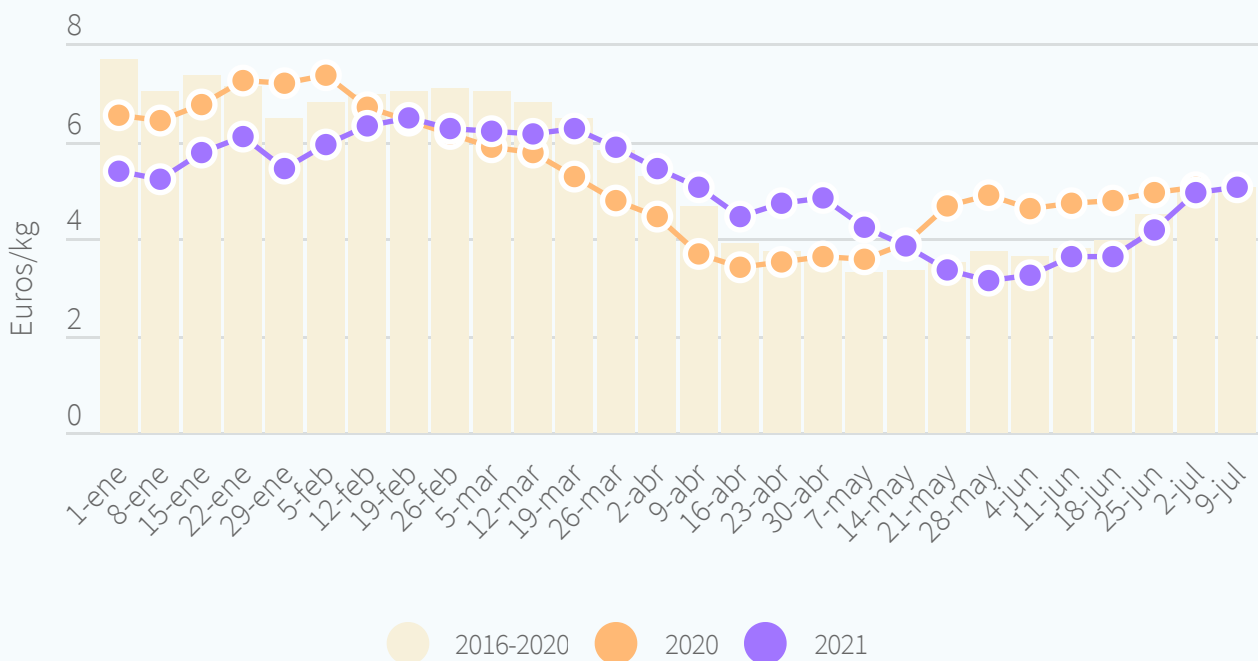


Fuente: Eurostat y Gobierno de Reino Unido

Arándano

El balance de la campaña de arándano ha sido muy positivo a pesar de que las cotizaciones medias han sido inferiores a la de la anterior. Durante 2021, la superficie destinada al cultivo de arándano ha sido de 3.206 hectáreas (+5,6 %), y la producción ha alcanzado los 57,8 miles de toneladas (+27,1 %). De manera que el incremento de la oferta ha provocado que los precios medios percibidos por los productores hayan sido inferiores a la campaña anterior un 4,5 %. Aunque este valor es un 7,8 % superior respecto a la media del último quinquenio, con un valor medio de 4,33 euros/kg. Por lo que, finalmente, la mayor producción ha compensado considerablemente el descenso de los precios.

Evolución del precio medio de arándano categoría I



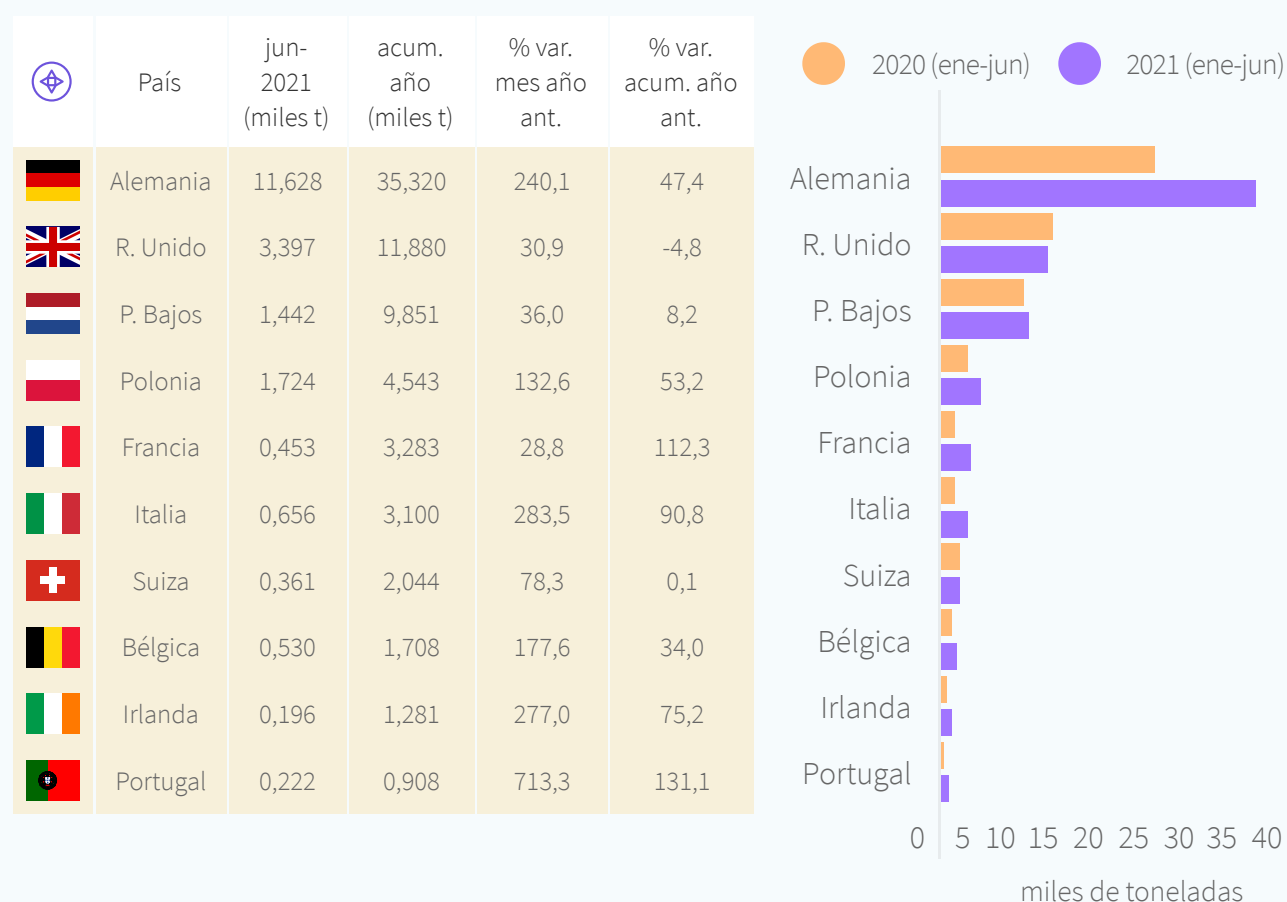
Fuente: Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía

Respecto a la evolución del comercio exterior, **el volumen de las exportaciones de esta fruta ha aumentado un 31,0 %** desde enero hasta junio, alcanzando los 131,7 miles de toneladas.

El valor de las ventas ha sido 458,3 millones de euros y ha representado un incremento del 30,0 % respecto la campaña anterior. Por tanto, y a pesar de las dificultades en la producción, el producto español ha estado bien valorado por el consumidor en Europa, nuestro principal mercado, siendo esta cifra la más alta de las obtenidas en los últimos 5 años.




Según países, de los tres mercados de destino mayoritarios para la producción nacional, Alemania, Reino Unido y Países Bajos, el único que ha disminuido sus compras ha sido Reino Unido (-4,8 %). La reducción de volúmenes en el mercado inglés se ha concentrado en los dos primeros meses del año cuando la oferta española fue menor y coincidiendo con el cierre del Canal de la Mancha y la entrada en vigor del brexit. Posteriormente, la comercialización con este mercado se ha restablecido por lo que parece que esta situación es más coyuntural que una pérdida de cuota de mercado.

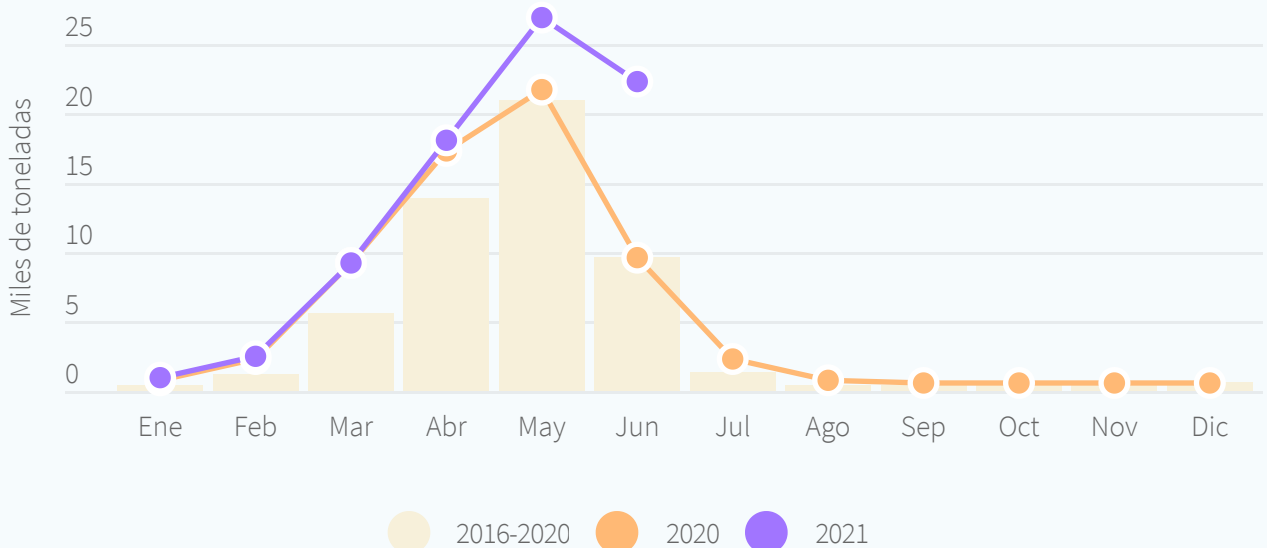
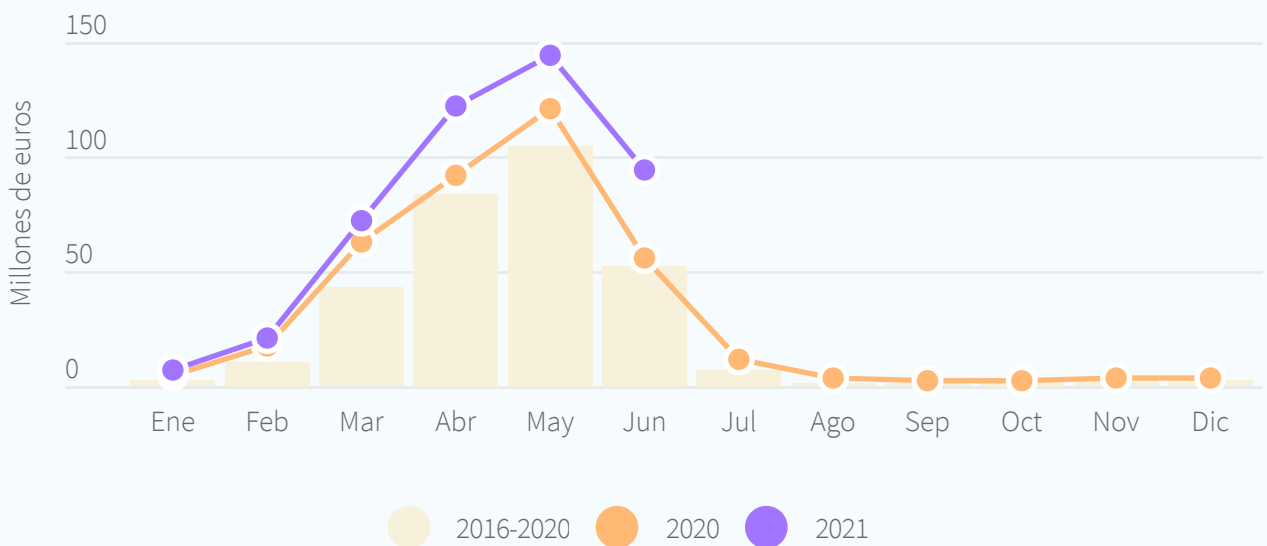
Principales destinos de las exportaciones de arándano español



Fuente: Datacomex

Distribución mensual de las exportaciones de arándano español (valor y volumen)

		jun-2021	acumulado año	% var. mes año ant.	% var. acum. año ant.
€	Valor (millones euros)	93,906	458,321	68,8	30,2
	Volumen (miles toneladas)	22,246	79,699	131,7	31,0



Fuente: Datacomex

Por otra parte, hay que destacar la **evolución positiva de las exportaciones con destino Alemania**, que han aumentado un 47,4 % en esta campaña hasta junio y que han pasado de 10,7 a 35,3 miles de toneladas desde 2016 hasta 2021, representando actualmente más del 40 % de lo comercializado fuera de nuestras fronteras.

La importación también ha crecido tanto en volumen (12,0 %) como en valor (21,7 %), manteniendo la tendencia creciente de los últimos años. Y es que la producción española continúa siendo insuficiente para abastecer una demanda al alza, siendo Marruecos nuestro principal proveedor con una representatividad del 90,0 % de las importaciones.

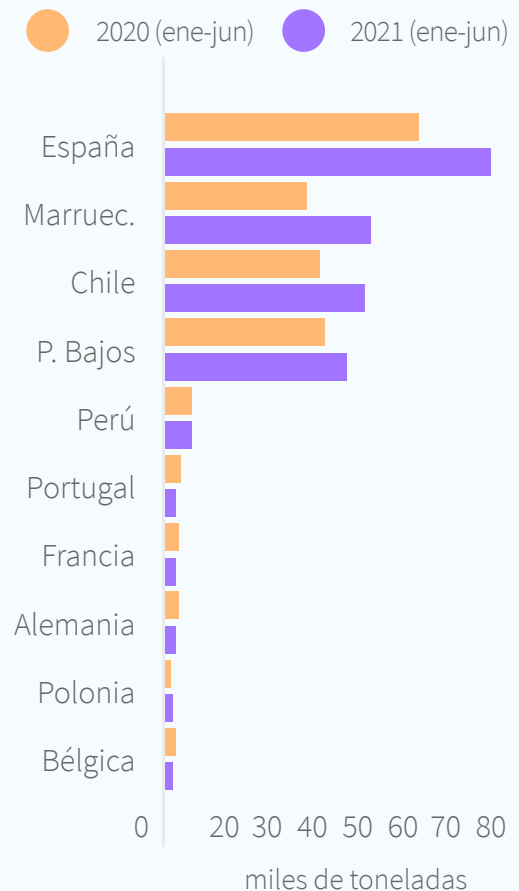


Asimismo, Marruecos se ha posicionado como el segundo suministrador de arándanos en el mercado europeo, detrás de España y por delante de Chile y Países Bajos, desde diciembre hasta junio con 46,0 miles de toneladas. Hay que destacar el crecimiento experimentado por el mercado europeo, que ha aumentado un 26,5 % desde enero hasta junio, lo que muestra la mayor demanda de este producto en nuestro principal destino de comercialización, así como el potencial de este producto en Europa. En esta campaña destacan los crecimientos de Chile y P. Bajos con crecimientos del 29,2% y 12,2%, respectivamente.



Principales proveedores de arándano a la UE y Reino Unido en volumen

	País	jun-2021 (miles t)	acum. año (miles t)	% var. mes año ant.	% var. acum. año ant.
	España	21,779	73,051	140,1	28,2
	Marruec.	0,867	45,955	78,1	46,5
	Chile	0,034	45,019	>1000	29,2
	P. Bajos	4,741	40,449	64,1	12,2
	Perú	0,248	5,985	-33,6	-1,8
	Portugal	1,776	2,665	-10,5	-27,3
	Francia	0,299	2,406	-5,7	-19,6
	Alemania	0,593	2,372	224,5	-13,7
	Polonia	0,421	1,679	87,4	37,8
	Bélgica	0,244	1,637	-11,0	-22,3



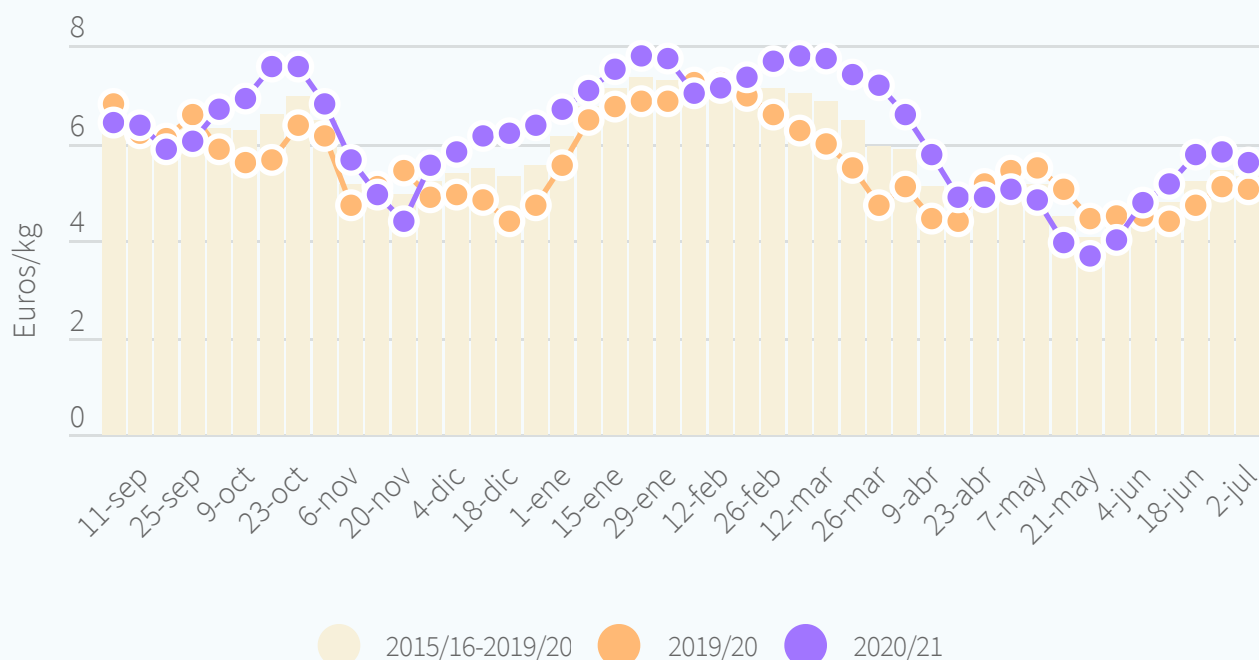
Fuente: Eurostat y Gobierno de Reino Unido

Frambuesa

La campaña de frambuesa se ha caracterizado por descensos en superficie y producción. Así, las hectáreas destinadas a este cultivo han retrocedido un 10,0 %, mientras que las toneladas recolectadas han disminuido en menor proporción, un 1,7 % con 47,8 miles de toneladas.

El menor volumen obtenido ha influido positivamente en la evolución de los precios que ha sido favorable para los agricultores a pesar de las excepcionalmente bajas cotizaciones sufridas en noviembre y mayo. El precio medio de la campaña se ha situado en los 5,75 euros/kg para la primera categoría, lo que representa un 7,3 % más que la campaña anterior.

Evolución del precio medio de la frambuesa categoría I




Fuente: Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía

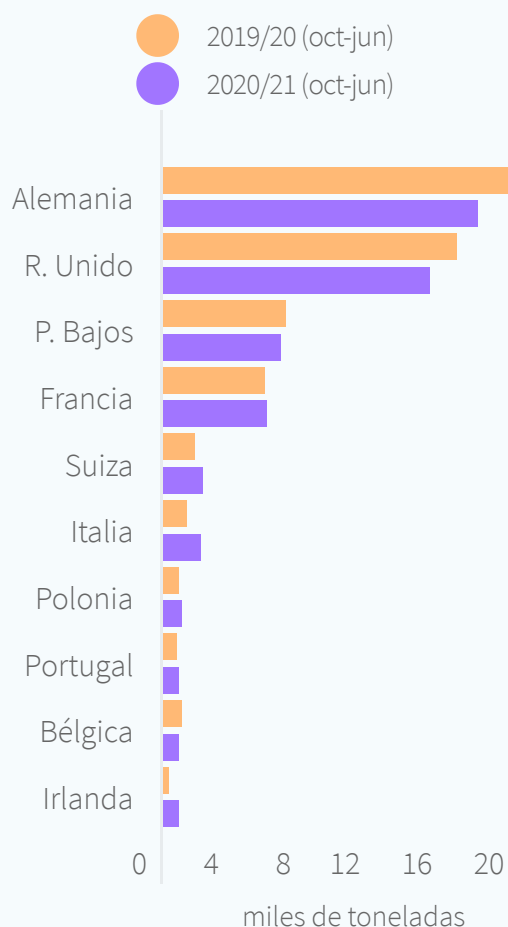
En cuanto al comercio exterior, este ha sido ligeramente inferior al de la campaña 2019/20 (-0,9 %) desde octubre hasta junio, habiendo exportado 55,5 miles de toneladas. Así, la contracción de la oferta junto con una mayor demanda ha elevado el valor de las ventas exteriores un 5,1 %, con un importe total de 421,8 millones de euros.

Según destinos, la reducción de las exportaciones ha quedado reflejada en la menor cantidad de frambuesas enviadas a Alemania (-10,0 %) y Reino Unido (-9,1 %), principales mercados de exportación. No obstante, las cantidades que han sido mayormente compensadas por el aumento de la comercialización a otros países como Francia (3,1 %), Suiza (20,5 %) o Italia (60,8 %), entre otros.






Principales destinos de las exportaciones de frambuesa española

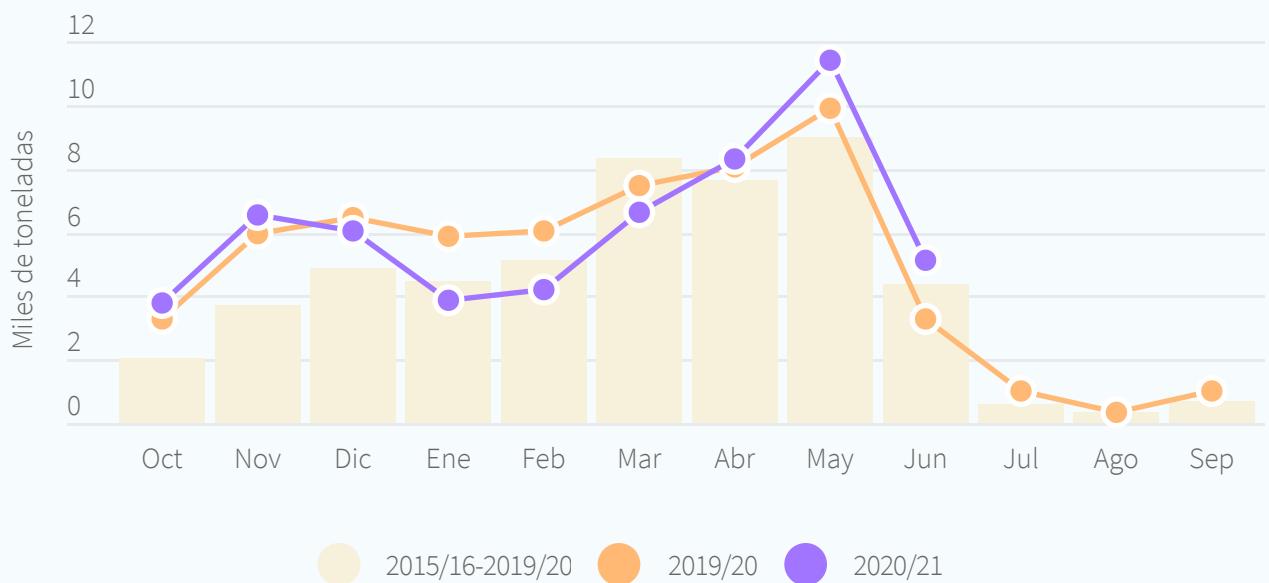
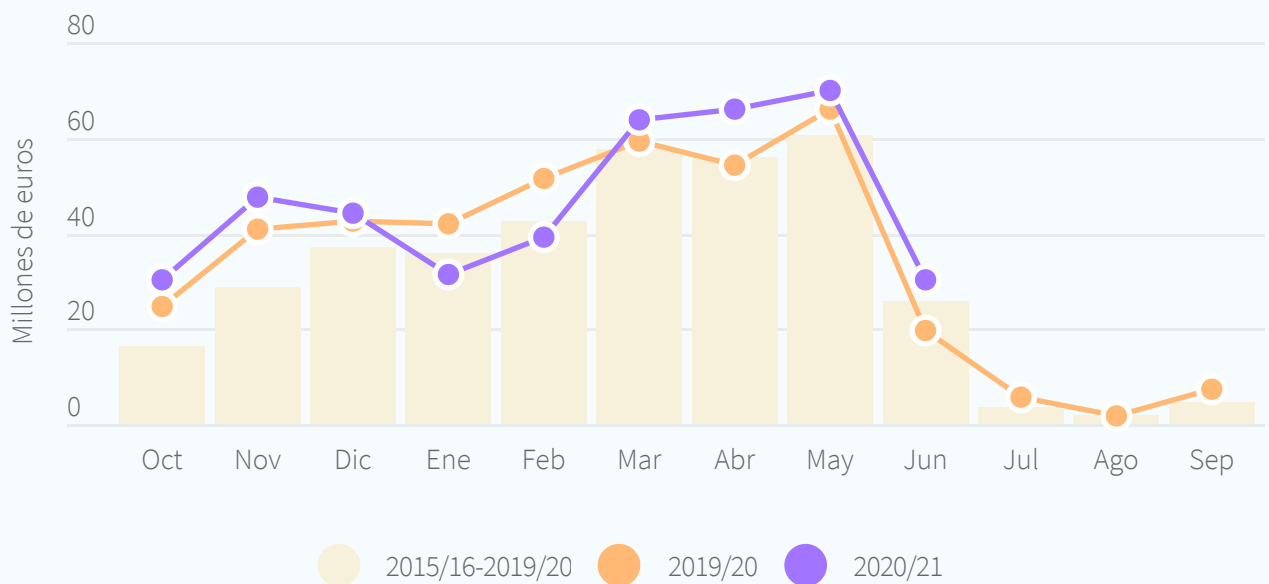
	País	jun-2021 (miles t)	acum. campaña (miles t)	% var. mes camp. ant.	% var. acum. camp. ant.
	Alemania	1,469	17,625	15,0	-10,0
	R. Unido	1,100	14,944	101,1	-9,1
	P. Bajos	0,231	6,520	-9,5	-4,2
	Francia	0,703	5,880	49,3	3,1
	Suiza	0,260	2,237	124,1	20,5
	Italia	0,337	2,063	293,6	60,8
	Polonia	0,136	1,113	-38,1	27,9
	Portugal	0,033	0,870	-15,7	22,4
	Bélgica	0,040	0,853	-27,5	-22,6
	Irlanda	0,079	0,852	201,6	189,6



Fuente: Datacomex

Distribución mensual de las exportaciones de frambuesa española (valor y volumen)

		jun-2021	acum. campaña	% var. mes camp. ant.	% var. acum. camp. ant.
€	Valor (millones euros)	30,227	421,797	52,8	5,1
	Volumen (miles t)	5,100	55,767	55,5	-0,9

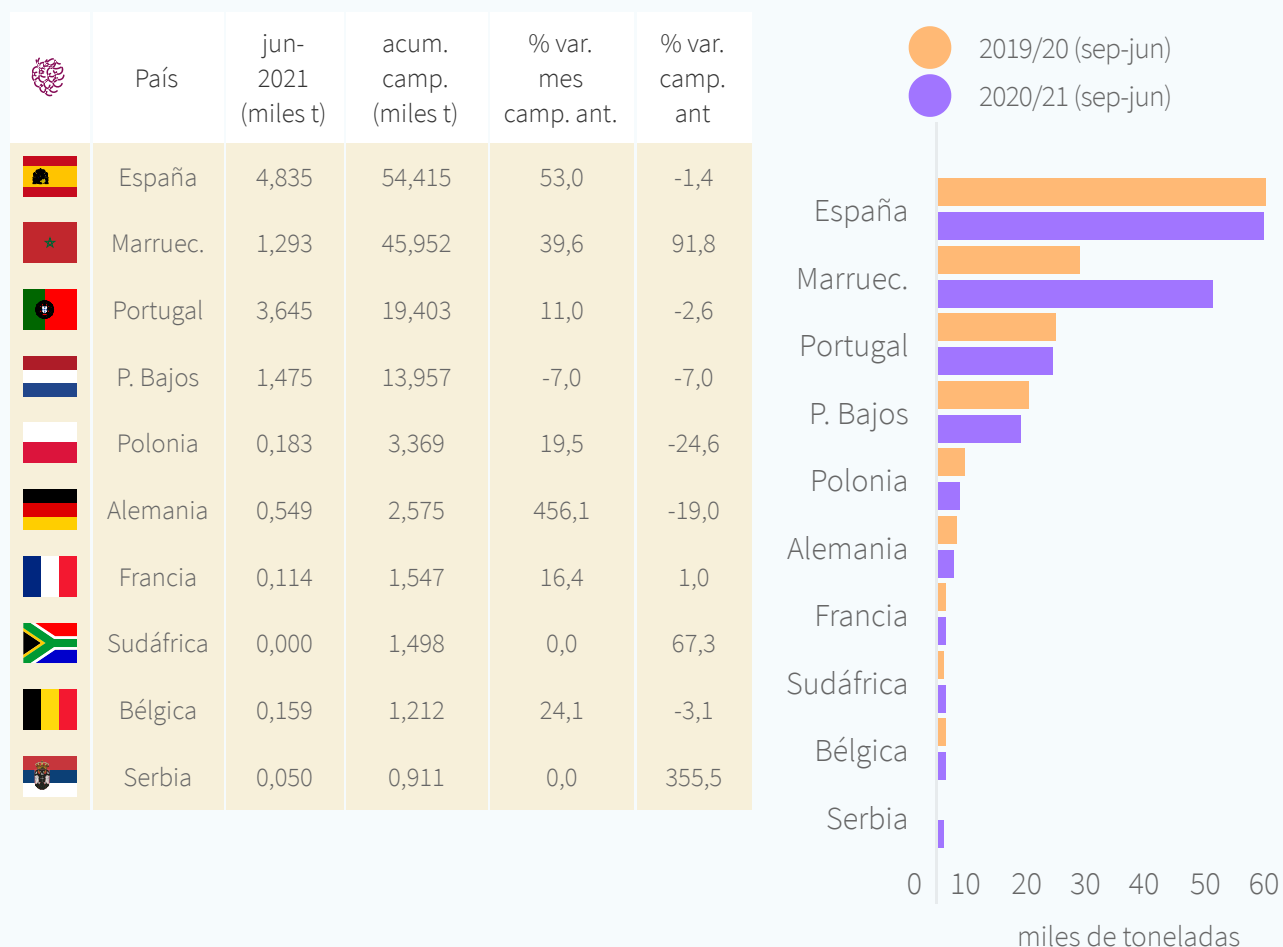


Fuente: Datacomex

Asimismo, a pesar del retroceso de las exportaciones al país anglosajón, España continúa siendo el primer proveedor de frambuesa a Reino Unido, seguido cada vez más de cerca por Marruecos. Ya que como se ha comentado en el análisis del mercado de la fresa, el país alavita es un origen de producción que complementa nuestra oferta, pero cada vez más relevante en los mercados europeos y un claro competidor de cara a futuro, que esta última campaña ha crecido un 91,8 % en el suministro a países de la Unión Europea y Reino Unido.



Principales proveedores de frambuesa a la UE y Reino Unido en volumen



Fuente: Eurostat y Gobierno de Reino Unido



Conclusiones

La campaña 2020/21 de frutos rojos puede calificarse como positiva con una demanda al alza en los mercados europeos, especialmente para fresa y arándano, y que se ha mantenido estable para la frambuesa.

Esta evolución creciente de la demanda hace que las perspectivas sean favorables y permiten seguir consolidando la posición de liderazgo de la producción y comercialización española en Europa. Lo que es de gran importancia para el futuro del sector, dado que el buen comportamiento de estos productos en el mercado ha provocado que otros países, con las condiciones necesarias para el cultivo, estén apostando por la producción de estas frutas. Por tanto, se espera una cada vez mayor competencia en Europa para las *berries* nacionales en los próximos años.

Uno de los orígenes que más ha aumentado su presencia en los mercados europeos es Marruecos, ya que ha incrementado la superficie de cultivo de los tres productos analizados y, además, tiene potencial para seguir creciendo. La agricultura marroquí está recibiendo un gran apoyo institucional desde hace años y los frutos rojos son uno de los sectores que se están promoviendo por las buenas perspectivas de estos productos de cara a la exportación. Pero no es el único país que está apostando por el cultivo de frutos rojos, destacando también los avances de Grecia o Portugal, entre otros.

No obstante, es **destacable** que **el liderazgo actual de la producción española** se debe no solo al calendario de producción sino también a la calidad y el buen servicio de comercialización. Asimismo, el sector está trabajando desde hace años en un uso más eficiente de los recursos, que junto con la cercanía al mercado europeo facilita la obtención de una menor huella de carbono y, por tanto, un avance continuo hacia una mayor sostenibilidad. Todas estas características de producción son cada vez valoradas por el consumidor, y que forman parte de la estrategia agroalimentaria de la Unión Europea.



¿Quieres saber más?

Puedes acceder a otros informes, así como al apartado de Mercados y consultar las cifras semanales actualizadas del sector: precios, comercio, producción...

Suscríbete a nuestra [Plataforma Agroalimentaria](#)

TERRA[•]