

EL TOMATE EN LA PRODUCCION HORTOFRUCTICOLA DEL LITORAL ORIENTAL ANDALUZ

REMEDIOS LARRUBIA VARGAS

RESUMEN

Los elevados niveles de consumo de los tomates, las escasas exigencias climatológicas y edafológicas para su cultivo, la elasticidad de las ofertas que se prolongan prácticamente todo el año agrícola, se han traducido en unas producciones elevadas, convirtiéndose por su extensión superficial y productiva en una de las hortalizas más importantes de las cultivadas en el litoral oriental andaluz, siendo Almería la segunda zona productora española, así como una de las principales zonas exportadoras. Estos hechos, expuestos en el presente trabajo, nos sirve de punto de partida para analizar las características y problemática actual de su comercio: canales de comercialización, agentes comerciales, y principalmente su situación en el marco internacional, y en especial respecto a los países comunitarios (nuestros principales clientes).

ABSTRACT

The high rates of tomato consumption together with the low climatic and edaphological demands of this crop and the elasticity in supply, which runs throughout the whole of the farming year, have brought about high production rates, and the tomato has now become one of the major vegetable crops, both in surface area and in production levels, of all those grown along the eastern Andalusian coast, Almería being the second major producing area in Spain as well as one of the main exporters. The analysis of the characteristics and commercial problems such as sales network, commercial agents, and in particular its position in the international market, especially in EEC countries, our main clients - are based on these facts presented in this study.

INTRODUCCION

El tomate ha sido siempre un cultivo de gran tradición dentro del sector hortícola español, los elevados niveles de consumo de esta hortaliza, las escasas exigencias climatológicas y edafológicas para su cultivo, se traduce en unas producciones elevadas, repartidas por todo el territorio nacional. Además la oferta no se caracteriza por su rigidez estacional sino que se mantiene durante todo el año agrícola mediante el empleo de diferentes técnicas agronómicas, obteniéndose diversos periodos de recolección que aseguran nuestra presencia continuada en los mercados.

Si bien, el continuado incremento de las ofertas; la continua incorporación de nuevas zonas españolas a la corriente exportadora (especialmente la provincia de Almería fue sustituyendo la privilegiada posición de Canarias en el comercio exterior de este producto con la consiguiente entrada en conflicto y rivalidad de las diferentes zonas de exportación, lo que determinó un autocontrol de las ofertas mediante el establecimiento de cupos de exportación a las principales provincias productoras; lo que unido a las medidas proteccionistas de la Comunidad Económica Europea en algunos periodos de campañas, mediante precios de referencias que se deben superar sino se quiere caer en tasas compensatorias; son a priori una garantía de rentabilidad a nivel empresarial y sirve también como regulación de la oferta a nivel nacional.

Por su extensión superficial, el tomate es la segunda hortaliza cultivada en España, tras el melón, y la segunda en Andalucía y en el Litoral Oriental Andaluz, tras el pimiento, sin embargo dentro del grupo de las principales especies hortícolas, ha sido la única que ha reducido su extensión superficial desde 1.980 a 1.988

1. LOCALIZACION GEOGRAFICA DE LA ZONA DE PRODUCCION, SUPERFICIE Y VARIEDADES DE CULTIVO

La producción media española de tomates en los últimos años se sitúa en torno a las 2.300 Tm sobre una superficie algo superior a las 56.000 Ha.

La principal área de cultivo y producción española se sitúa en Andalucía donde el Litoral Oriental Andaluz (provincias de Málaga, Granada y Almería) aporta el 66,57% de la superficie y el 80% de la producción andaluza. Nuestra comunidad aporta casi la cuarta parte de la superficie española de tomates (21,35%) y el 27% de la producción, seguida por Extremadura, el litoral murciano-levantino y Canarias.

Estas cinco comunidades autónomas albergan casi las 3/4 partes (74,34%) de la producción española, sin embargo la importancia, grado y tipo de participación de cada una de las zonas productoras en la oferta comercializada en España difiere según el destino comercial que le den a su producción que viene determinado principalmente por la época hacia la que oriente cada zona su producción, de esta forma aunque el cultivo del tomate esta bastante generalizado en España sólo algunas provincias van a participar en la corriente exportadora.

Al tomate se le dedica a lo largo del litoral andaluz casi 7000 Ha. lo cual supone el 13% de la superficie dedicada a hortalizas, dentro de ella destaca las primeras ocupaciones, seguida de la ocupación posterior, alcanzándose un grado de aprovechamiento de la superficie de esta hortalizas del 126,55%. A diferencia de las otras especies hortícolas es de destacar la reducción superficial que éste ha experimentado desde el principio de la década, cercana al 20% (Cuadro n 1). Las casi 9.000 Ha. y 500.000 Tm que se producía al principio de la década, la entrada en producción continuada de nuevas zonas y la mejora de las técnicas de cultivos no hacían aconsejable el aumento continuado de la superficie que junto con el control que impone la administración en el momento de la exportación, se vio acompañado con la incorporación paulatina en la exportación de otras especies (fresas, pepinos, calabacines) hacia la que los agricultores orientan la diversificación superficial y cuya demanda europea propiciaba su cultivo. Con todo el cultivo del tomate ha mantenido su posición privilegiada en el litoral la mayor parte de la década, sólo últimamente ha sido superada por los pimientos.

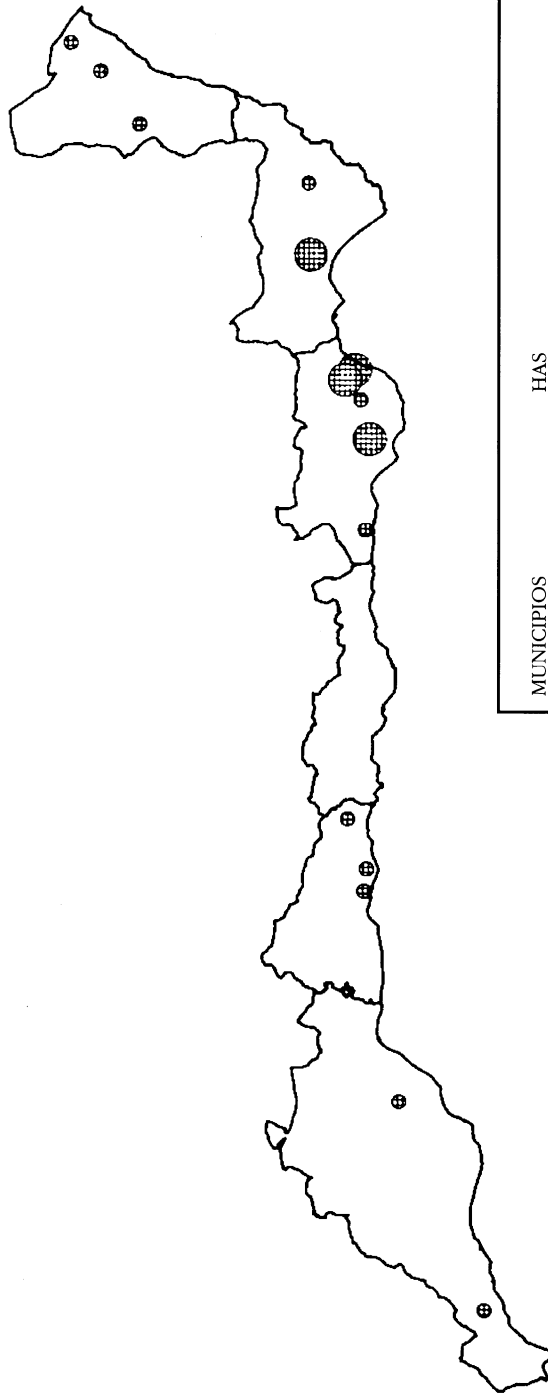
CUADRO N. 1

DISTRIBUCION COMARCAL DE LA SUPERFICIE DE TOMATE.			
COMARCAS	1.980	1.988	DIFERENCIAS
C. GUADALHORCE	863.0	503.0	-360
C. VELEZ-MALAGA	1223.0	1173.0	-50
C. LA COSTA	209.5	256.0	47
C. CAMPO DALIAS	4405.0	2496.0	-1909
C. CAMPO NIJAR-BAJO ANDARAX	1441.0	1362.0	-79
C. BAJO ALMANZORA	2230.0	1078.0	-1152
TOTAL (HA.)	10371.5	6868.0	-3503.5

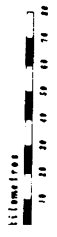
Desde el punto de vista geográfico este cultivo se halla muy concentrado en el Litoral Oriental Andaluz, es la comarca de Dalías la principal área de cultivo con casi 2500 Ha., el 36% de la superficie; con más de 1.000 Ha. de cultivo aparece la comarca de Campo de Nijar-Bajo Andarax (19,38%), C. Velez-Málaga (17,08%) y Bajo Almanzora (15,70%); entre 250 y 500 Ha., la comarca del Guadalhorce (7,30%) y La Costa granadina (3,70%).

A nivel municipal es aún más evidente esta contraposición en la distribución superficial del cultivo a lo largo del litoral (gráfico n. 1): zonas que aporta una importante superficie a su cultivo frente a otras donde apenas hace acto de presencia, y aún se hace más latente dentro de la principal área de cultivo que es Almería pudiéndose delimitar varias zonas por la extensión, época de producción, tipo de tomates y forma de cultivo:

GRAFICO 1
MUNICIPIOS QUE MAS SUPERFICIE DEDICAN AL CULTIVO DE TOMATES (HAS.)



MUNICIPIOS	HAS
	100 - 500 HAS
ALHAURIN EL GRANDE	110
ALGARROBO	140
NERJA	155
ESTEPOÑA	160
ADRA	171
FELIX	225
CUEVAS DE ALMANZORA	270
ANTAS	275
TORROX	327
PULPI	350
NIJAR	453
	500 - 1000 HAS
VICAR	525
ROQUETAS DE MAR	540
ALMERIA	911
DALIAS	1000



- La zona norte, que comprende Cuevas de Almanzora, Antas y Pulpí que aporta algo más del 13% de la superficie de cultivo (895 Has). Es una zona en la que predomina la campaña de tomate de otoño-invierno y al aire libre.

- La zona de Campo de Nijar donde destaca Vicar y Almería que es la primera zona de cultivo con más de 1.500 Ha. de cultivo. En esta se combina tanto la producción al aire libre como bajo protección lo cual amplía extraordinariamente el calendario de comercialización.

- Por último dentro del ámbito almeriense, en la comarca del Campo de Dalías destacamos por su aporte los municipios de Dalías y Roquetas de Mar, también con una superficie superior a las 1.500 Ha., sin embargo predomina el cultivo bajo protección con tendencia a la exportación concentrado en el periodo de diciembre a abril.

Fuera del ámbito almeriense éste presenta un alto grado de dispersión, aunque todos los términos municipales suelen dedicar alguna superficie a este producto, no suele alcanzar el centenar de Ha., destacándose Alhaurín de la Torre, Estepona y Algarrobo con más de 100 Ha. cada uno en su haber; suelen ser tomates producidos con destino al mercado interior y al aire libre desde mayo a septiembre.

Según técnica de cultivo, en 1.986 el 28,62% de la superficie de tomate del Litoral Andaluz se encontraba protegida: es en Almería donde alcanzaba esta forma de cultivo mayor consideración, algo más de la mitad de la superficie se hallaba bajo protección, lo cual suponía más del 65% de la superficie protegida andaluza y un tercio de la nacional, le sigue Málaga donde el grado de protección alcanza el 40% de la superficie de cultivo, mientras que en Granada, tiene menor incidencia (12,16%), aunque la poca extensión protegida se localiza en la comarca costera.

Por variedades destaca la llamada «Cuarentón Holandés» cuyo cultivo principal se produce en invernadero, en plantación de primavera, el Muchamiel para las de otoño e invierno. Al aire libre destaca las variedades «H-11» y «F-11» y «Fleming», al aire libre sólo se prefiere cultivar con vista al mercado nacional las variedades más precoces y de gran tamaño. En los cultivos de invernaderos no preocupa tanto la precocidad y se dedica la mayor parte de lo producido a la exportación, exigiéndose frutos redondos, lisos, de color uniforme, algo insípido, de pequeño tamaño en torno a los 60-90 grs. El rendimiento del tomate varía desde los más de 80.000 kg que se alcanza en invernadero y en Almería hasta los 28.000 kg/Ha en Granada como media.

Por época de recolección, aunque el tomate prácticamente se produce todo el año (primavera, otoño, invierno) lo cual es bastante ventajoso por el escalonamiento de cosecha que supone con vista al mercado, en el Litoral predomina sin embargo los recolectados desde el 1 de enero al 31 de Mayo (alrededor del 42% de la superficie), en segundo lugar los recolectados desde el 1 de junio al 30 de septiembre (33,78%) y en tercer lugar los recolectados desde el 1 de octubre al 31 de diciembre (24,80%).

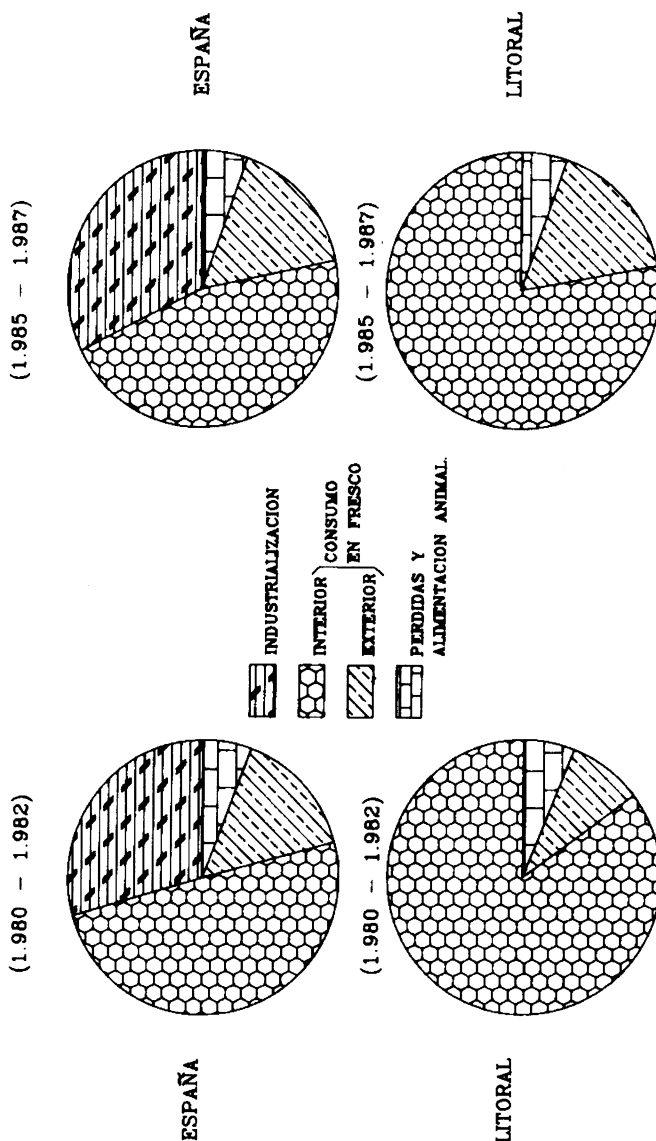
2. ORGANIZACION COMERCIAL DE LOS TOMATES. LA EXPORTACION. INCIDENCIA DEL LITORAL EN EL TOTAL NACIONAL.

El destino principal de esta hortaliza en el litoral es el consumo interior en fresco hacia donde se dirige más de las 3/4 parte (77,37%) de la producción mientras que es muy escasa la

industrialización (0,77%), exportándose el 16,66% de la producción, pero lo que es destacable es que se haya multiplicado por dos con respecto al principio de la década.

Con respecto al destino dado a esta hortaliza en el territorio nacional, la exportación sigue manteniendo el mismo peso relativo (16,38%), mientras que es mayor la participación del canal industrial (32,4%) y menor el consumo interior en fresco (45,97%). Con respecto al principio de la década a nivel nacional la relación entre los tres canales comerciales prácticamente se mantiene, tan sólo ha aumentado ligeramente la industrialización, mientras que en el litoral ha crecido la exportación (Gráfico n. 2).

GRAFICO 2
DESTINO COMERCIAL DE LAS HORTALIZAS
%
TOMATES



La exportación de tomates responde a iniciativas Canarias iniciándose a finales del siglo pasado con envíos al Reino Unido (1). En esta época y hasta 1.930, la exportación se realizaba en régimen de libertad amparado en el monopolio de la oferta Canaria, fundamentado en las favorables condiciones climáticas de las islas y en la ausencia de competidores tanto peninsulares como extranjeros. En la primera década del S.XX, la exportación del fruto había adquirido tal entidad, que la Primera Guerra Mundial ocasionó una fuerte crisis económica en el archipiélago Canario, al suponer la guerra un declive en las exportaciones. Posteriormente será la Guerra Civil española la que marque un nuevo paréntesis a la exportación Canaria. En la década de los años 40, se inició las plantaciones de tomates frescos de invierno en la Península, la promotora fue la provincia de Alicante bajo la tutela de empresas de origen canario. Ello fue muy beneficioso para la exportación, pues con la entrada en producción de esta zona se consiguió aumentar la oferta temporal de las exportaciones, ya que Gran Canaria basaba su potencial exportador en los meses de enero y febrero y Tenerife hace lo propio en el intervalo de febrero a marzo, en tanto que el periodo de producción de Alicante se estableció en el cuatrimestre de septiembre a diciembre.

Sin embargo las incipientes plantaciones peninsulares fueron paulatinamente incrementándose conforme entraban en producción nuevas zonas y se ensayaban las técnicas de cultivos protegidos se fue extendiendo rápidamente hacia la vecina Murcia en cuyo litoral se asentaron un gran número de empresas (Aguilas) y, posteriormente se incorporó paulatinamente otras provincias en lo exportado, de forma que en la actualidad la exportación peninsular se distribuye entre las provincias de Alicante, Almería, Cádiz, Castellón, Granada, Huelva, Málaga, Murcia y Valencia. Hasta la campaña 1.978/79 sólo estuvo presente Alicante, Almería y Murcia. En la siguiente campaña 80/81 se incluye a Cádiz y Valencia, en la campaña 81/82 corresponde a Baleares, Castellón y Málaga, la campaña siguiente cuenta con la inclusión de Granada y en la Campaña 85/86 se incluye a Huelva.

Desde un principio, en las islas Canarias se vió con inquietud estos avances peninsulares que rompían su monopolio y consiguientemente su programación de cultivos y ofertas. Ante ello, la Administración se vió obligada a intervenir tratando de mantener el equilibrio entre las zonas. Las medidas que se tomaron para la regulación temporal de las exportaciones fueron, entre otras:

- La contingentación de los envíos
- El control de la calidad a través de la orden de calidad de 23 de julio de 1.964, con ella se regula mediante rígidos controles de calidad una oferta desordenada y excesiva. De esta forma sólo accedía a los mercados los frutos con altos estándares de calidad, con lo cual se contenían los excesos de ofertas y se lograba mejorar las rentas.

Sin embargo con estas medidas no se consiguieron los efectos que se proponía ya que la calidad media se veía continuamente incrementada conforme se ponían en juego todas las

(1) Esta breve exposición histórica sobre las exportaciones de tomates, la hemos tomado de: CORTES PEREZ, R. (1.989) El comercio exterior del tomate editada por FEPEX (Federación española de asociaciones de productores exportadores de frutas y hortalizas) pág. 117-139. ICEX. Campaña de Exportación. Tomate de invierno 1985/1 y 1986/1.

posibilidades que brindaban las técnicas agronómicas más avanzadas (investigación, mejoras de variedades, técnicas de cultivos ect.)

Otras de las medidas tomadas fue con respecto a la duración de la campaña de exportación en ambas zonas; las dos grandes áreas exportadoras, inician a la par sus exportaciones, es decir en la época habitual en el mes de octubre, pero la zona peninsular cerrará su actividad exportadora el 31 de enero de cada año, de forma que a partir de esta fecha, se mantiene sólo el monopolio canario. Ante ello, los exportadores peninsulares continuamente demandaban la supresión de la fecha límite para sus exportaciones, ésto se consiguió mediante la Resolución de 6 de septiembre de 1.979 en la que se señala la fecha límite para exportar el tomate fresco de invierno procedente tanto de la Península como de Canarias, que se inicia a las cero horas del día 1 de octubre y finaliza a las 24 horas del día 30 de abril de cada año.

En la actualidad, el litoral oriental andaluz posee un lugar privilegiado dentro del ranking de zonas exportadoras españolas, desde ella se da salida al 9,33% de las exportaciones nacionales de tomates y el 18,5% de las peninsulares, siendo la primera área exportadora la región de Murcia que aporta algo más de la cuarta parte de la exportación nacional (29%) y más de la mitad de las peninsulares (52,8%), en Alicante tiene su origen el 27% de la exportaciones peninsulares y el 15% de las nacionales.

La oferta de producción de tomates se despliega a lo largo de todo el año. Así se evita en parte los graves problemas que plantean la fuerte concentración de las ofertas en un reducido periodo estacional sobre todo ante un producto tan perecedero como éste, que hace prácticamente imposible una exportación a base de almacenados. A pesar de todo en la campaña anual de exportación de tomates se suele diferenciar dos periodos estacionales que esta en relación con los diferentes periodos de producción que son los que marcan las dos campañas de exportación, puesto que las producciones de las terceras temporadas se destinan al mercado interior y a la industrialización. El primer periodo va desde el 1 de octubre al 30 de mayo que incluyen las producciones de los dos primeros periodos productivos (recolección del 10 de octubre al 31 de diciembre y recolección del 1 de enero al 31 de mayo), es la denominada campaña de exportación de tomates de otoño-invierno; quedando el resto de año para la exportación del llamado tomate de verano (recolección desde el 1 de junio al 30 de septiembre). Es a la campaña de otoño-invierno a la que se circunscriben nuestras exportaciones, especialmente se desarrolla desde noviembre a abril momento en que las exportaciones españolas tiene que competir con la marroquí. La exportaciones durante el periodo de verano, desde mayo a octubre poseen un carácter testimonial, cuando se produce la entrada de los tomates de procedencia holandesa, francesa y belga y las mejores calidades de nuestros envíos en esta época han disminuido y las nuevas plantaciones que entran en producción no tienen fuerza competidora con las europeas, por los que es un producto destinado al consumo doméstico y a la industrialización.

La campaña de exportación de otoño-invierno que es sobre la que recae el grueso de lo exportado, también puede subdividirse en dos subperiodos: del 1 de octubre al 31 de diciembre y del 1 de enero al 31 de mayo. Distribución que responde a la adecuación estacional de las provincias exportadoras, a la distribución de sus ofertas en los mercados exteriores.

CUADRO N. 2

PERIODOS DE RECOLECCION DE TOMATES, DESTINO COMERCIAL DE LA PRODUCCION. 1986.

PROVIN. AL 31 DE DICIEMBRE .	CAMPANA R. DEL 1 DE OCTUBRE		R. DEL 1 DE ENERO		R. DEL 1 JUNIO		TOTAL	
	TM	%	TM	%	TM	%	TM	%
ALMERIA	108050	30.48	240000	67.71	6390	1.80	354440	100.00
CADIZ	5713	10.00	34281	60.00	17141	30.00	57135	100.00
GRANADA	1200	2.88	1500	3.60	38980	93.52	41680	100.00
MALAGA	14500	13.71	40000	37.81	51294	48.48	105794	100.00
MURCIA	120600	35.86	146700	43.62	69000	20.52	336300	100.00
ALICANTE	70459	59.19	13392	11.25	35180	29.56	119031	100.00
BALEARES	9000	26.77	1500	4.46	23124	68.77	33624	100.00
CASTELLON	10000	21.95	0	0.00	35566	78.05	45566	100.00
TARRAGONA	5160	15.06	1800	5.25	27300	79.68	34260	100.00
LERIDA	1705	11.38	0	0.00	13275	88.62	14980	100.00
RIOJA	8750	8.80	0	0.00	90648	91.20	99398	100.00
NAVARRA	21000	20.06	0	0.00	83666	79.94	104666	100.00
L.PALMAS	116340	100.00	0	0.00	0	0.00	116340	100.00
TEMERITE	28916	41.28	29920	42.72	11204	16.00	70040	100.00
HUELVA	0	0.00	375	2.19	16748	97.81	17123	100.00
SEVILLA	0	0.00	2400	16.72	14250	99.30	14350	100.00
VALENCIA	300	0.23	2100	1.60	128860	98.17	131260	100.00
BARCELONA	460	0.95	850	1.76	46886	97.28	48196	100.00
CORDOBA	0	0.00	0	0.00	11924	100.00	11924	100.00
JAEN	0	0.00	0	0.00	27200	100.00	27200	100.00
EXTREMADU	0	0.00	0	0.00	355632	100.00	355632	100.00
C.D.MANCH	0	0.00	0	0.00	117880	100.00	117880	100.00
C.LEON	0	0.00	0	0.00	23792	100.00	23792	100.00
TOTAL	522153	22.90	514818	22.57	1243940	54.63	2280611	100.00

FUENTE : ANUARIO DE ESTADISTICA AGRARIA.

M.A.P.A. MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACION 1986.

De los porcentajes provinciales de cada tipo de tomate se deduce, en principio, el destino del mismo y la orientación comercial de la provincia. Según podemos observar en el cuadro n. 2, en 1.986 las provincias con más de 50.000 Tm producidas (Alicante, Almería, Murcia, Las Palmas, Tenerife, Málaga y Huelva), son netamente exportadoras, porque su periodo de producción principal se corresponde con la campaña de exportación de otoño-invierno. El resto de zonas sitúan sus producciones hacia el periodo estival, entre ellas distinguimos a Extremadura, Navarra, Toledo y La Rioja, cuyas producciones suelen destinar especialmente a la industrialización. Mientras que las de Valencia, Granada, Barcelona, Castellón, con producciones media anual entorno a las 40.000 Tm, con máxima producciones en el último periodo productivo, cubren el abastecimiento nacional en estos momentos. En general en la producción nacional de tomates existe una paridad entre lo recolectado en la campaña de otoño-invierno (45,47%) y la campaña estival (54,63), aunque con un ligera inflexión positiva hacia esta última época.

3. CARACTERISTICAS DE LA CAMPAÑA DE EXPORTACION.

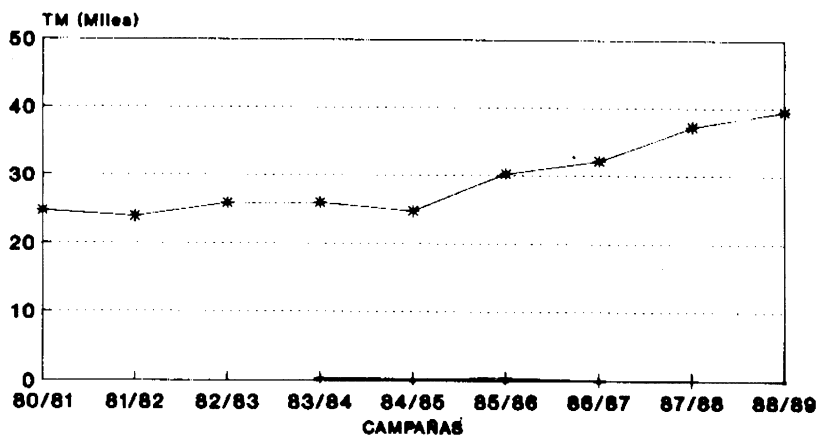
3.1.- Evolución de las exportaciones.

Analizando los volúmenes inspeccionados por el Servicio Oficial de Inspección, Vigilancia y Regulación de las Exportaciones del Litoral Oriental Andaluz (Soivre), desde 1.980 a 1.989 ha salido desde nuestra zona más de 265.000 Tm. de tomates, lo que ha supuesto el 8,28% de las exportaciones nacionales en este periodo, y el 15,50% de las peninsulares; el 99,53% de estas salidas se realizan desde Almería. A lo largo del periodo, ha ido creciendo la aportación del litoral a los volúmenes exportados por España, durante la primera parte de la década esta zona participó en la exportación nacional en un 7%, siendo durante la campaña 87/88 cuando se produjo una revalorización importante en la participación alcanzándose el 11,08%, que se correspondió con un aumento considerable de las exportaciones litorales mientras que los volúmenes exportados nacionales estaban estabilizados.

Las exportaciones de tomates desde la zona oriental andaluza ha experimentado un crecimiento mayor que el contabilizado a nivel nacional, frente al incremento litoral del 61,12% (menor que el de otras hortalizas) para el conjunto nacional el aumento ha sido del 5,69%. En el territorio nacional las salidas siempre se ha mantenido por encima de las 300.000 Tm medias anuales, oscilando desde las 329.000 a las 379.000 Tm durante todo el periodo; en el litoral la evolución no ha sido tan paulatina sino que los incrementos habidos en las tres últimas campañas han sido tan considerables que en este periodo se ha dado salida al 41% de la exportación total, oscilando los volúmenes medios anuales entre las 25.000 y 41.000 Tm. (Gráfico n. 3).

GRAFICO N. 3

EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES Tomates (Costa Oriental Andaluza)



—●— MÁLAGA -+- GRANADA *-- ALMERIA

	X Litoral sobre el total nacional			
	PENINSULA	TM CANARIAS	TOTAL NACIONAL	PORCENTAJE LITORAL
80/81	173495	156474	329969	7.87
81/82	202868	156459	359327	6.67
82/83	195229	177592	372821	7.12
84/85	172515	191527	364042	7.11
85/86	191000	174620	365700	8.51
86/87	202632	168213	370045	6.26
87/88	220441	157455	377896	11.00
88/89	217075	162728	379803	10.40

Fuente: SOIVRE. Málaga-Granada-Almería.

En las cantidades de tomates exportadas anualmente influye decisivamente las características especiales de los mercados de este producto, entre las que adquiere especial relevancia el proteccionismo hacia las producciones comunitarias, que junto con las producciones insulares impone la necesidad de regular las exportaciones durante la mayor parte de la campaña, lo que determina que la exportación de tomate fresco cuente con un techo artificial en base al mecanismo de precios mínimos a respetar, unido a ello la necesidad de autocontrolar la oferta para conseguir rentabilizar lo exportado, conforme el sector exportador ha ido experimentando una notable evolución, en la medida que se ha incorporado nuevas provincias exportadoras. Estas medidas de contingencia no favorecen las posibilidades de altos crecimientos de la exportación.

Igualmente en la evolución anual de los volúmenes exportados desde el Litoral Andaluz influye las características especiales que posee esta campaña de exportación que determina la estabilización en la distribución de las cotas provinciales con muy ligeras oscilaciones que impone la rigidez de la normativa legal. Las diferentes provincias no tienen opción a adecuar la exportación a sus potencialidades productivas más que en aquellos periodos semanales en que por la buena disposición de la demanda se acuerda en el sector libertad de exportación. De otra parte la exportación en los periodos de libertad tampoco guarda paralelismo con la producción zonal

ya que se produce como consecuencia de circunstancias exógenas y su ubicación dentro de la campaña es por lo tanto aleatoria. Este carácter hasta cierto punto imprevisible de los periodos de libertad dificulta una planificación de la producción coincidente con ellos (2). Estas circunstancias explica que en virtud de su potencial productivo y su superficie cultivada de tomates, en la zona almeriense éste debiera ser el principal producto hortícola de su exportación cuando en realidad es superado por otros.

3.2. Evolución temporal de las exportaciones

Aunque la recolección de tomates se efectúa durante todo el año conforme va entrando en producción las diferentes variedades cultivadas y áreas de cultivos, y aunque la exportación también se extiende durante todo el año, sin embargo el grueso de las mismas se circunscribe a lo que denominamos campaña de exportación de otoño-invierno, que coinciden con los meses de octubre a mayo y es cuando se da salida al 93,77% de las exportaciones nacionales. En los meses de junio a septiembre, aunque se corresponde con producciones de tomates más importante, pues la benignidad del clima permite producir al aire libre sin grandes problemas, se destina la mayor parte a la industria y al consumo interior, ya que durante estos meses en virtud de los precios más asequible, el consumidor nacional orienta sus preferencias por el consumo en fresco, frente a la temporada invernal cuando los elevados precios alcanzado, hacen disminuir el consumo en fresco ante al alternativa de las conservas más asequibles económicamente.

La campaña de exportación se inicia en el mes de septiembre con volúmenes mediocres, sólo se expide el 5,65% del total, aunque es el único mes que entra dentro de la campaña veraniega con salidas importantes, mientras que en julio y agosto lo que se exporta apenas representa el 1% del total.

A partir del mes de octubre entramos de lleno en la campaña de otoño-invierno, esto se pone de manifiesto en un considerable aumento de lo exportado, se duplican las salidas del mes anterior, para continuar aumentado progresivamente consiguiéndose en el periodo de noviembre a enero el punto álgido de la exportación (51,91%). A finales de invierno principio de la primavera (febrero-marzo) se inicia un leve descenso en la exportación que se acusa notablemente a partir del mes de abril, momento en que entran de lleno las producciones marroquíes, cuya campaña de exportación coincide prácticamente con la española, pero al iniciarse algo más tarde (noviembre) se prolonga también más por la cola, de forma que en estos momentos como consecuencia lógica de la evolución de nuestra campaña, esta se deja sentir en la calidad del producto con lo que debemos cuidarlo en extremo si queremos competir con las producciones marroquíes y por otro lado con las comunitarias que también pueden iniciarse algunas en esta época.

En resumen durante la campaña principal de exportación (octubre-mayo) puede observarse que la oferta esta muy equilibrada durante el grueso de la campaña con los lógicos descenso del principio y final de temporada. Prácticamente ha sido esta la tónica observada durante todo

(2) ICEX (1985/D), Campaña de ... ibidem, pág 131.

el periodo, es decir, se ha mantenido la primacia exportadora de los meses de noviembre a marzo, sin embargo desde el principio de la década hay que realizar algunas puntualizaciones en el reparto mensual de los volúmenes exportados: conforme avanza la campaña se ha producido un desplazamiento de las ofertas hacia los primeros meses invernales. En la primera campaña desde noviembre a marzo, se concentraba la mayor parte de las exportaciones, de forma que la caída en el mes de abril era menos acusada, al igual que algo mayor la participación de los meses finales de campaña. Posteriormente a lo largo de la campaña se ha ido desplazando sensiblemente el grueso de lo exportado hacia los primeros meses, de forma que el mes de febrero y marzo ha ido perdiendo puntos y a partir de abril las exportaciones casi desaparecen. Se observa en general una tendencia a adelantar las exportaciones como lo de-nota la importancia que ha ido adquiriendo las salidas durante el mes de septiembre (Cuadro n. 3).

Por lo que respecta a la evolución temporal de las exportaciones desde el litoral oriental andaluz, la estacionalidad y duración de la campaña es similar a la observada para el conjunto nacional. Se constatan salidas desde septiembre a julio, sin embargo en ambos meses las salidas no son continuadas durante todas las campañas, depende de las circunstancias por las que ésta se mueva aconseje la participación o no de nuestra zona en el comercio exterior español. Las salidas desde la costa oriental se inscribe dentro de la campaña de otoño-invierno, sin embargo se distingue con mayor nitidez entre una campaña de otoño (19,23%) y una campaña invernal (enero-marzo) (71,91%) que es la que se impone, coincidente con los momentos en que se concentran la mayor parte de la producción: el 67,71% de la producción almeriense se produce desde el 1 enero al 31 de mayo y el 37,81% de la producción malagueña, poca importancia tiene las producciones granadinas de este periodo (3,54%). La evolución de la distribución estacional de las exportaciones no acusa grandes diferencias con respecto al principio de la década, los meses de septiembre a noviembre ha mantenido la misma insignificancia en todo momento, lo único a destacar es la disminución paulatina de las salidas durante el mes de abril y el esparcimiento de las exportaciones durante los dos últimos meses de campaña hacia junio y julio (Cuadro n. 4).

CUADRO N. 3

EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES MENSUALES DE TOMATES POR GRANDES AREAS DE PRODUCCION.

MES	A_1981/82		A_1982/83		A_1983/84		A_1984/85		A_1985/86		A_1986/87		A_1987/88		A_1988/89		TOTAL			
	X	TH	X	TH	X	TH	X	TH	X	TH	X	TH	X	TH	X	TH	X	TH		
SEP	2200.00	0.67	3822.00	1.06	467.00	0.13	2631.00	0.70	32563.00	8.94	32339.00	8.84	35632.00	9.61	44713.00	11.83	31762.00	8.36	186129.00	5.69
OCT	31195.00	9.45	39546.00	11.01	31014.00	8.32	31660.00	8.48	59780.00	16.42	53761.00	14.70	57941.00	15.46	58042.00	15.36	54159.00	14.26	416518.00	12.72
NOV	41146.00	12.47	46327.00	12.89	54497.00	15.15	52369.00	14.02	69396.00	19.06	68062.00	18.61	81580.00	22.00	78458.00	20.76	83259.00	21.92	577094.00	17.63
DIC	48746.00	14.77	62925.00	17.51	63355.00	16.99	81020.00	21.69	57880.00	15.90	62546.00	17.10	65186.00	17.38	62227.00	16.47	81884.00	21.33	565749.00	17.28
ENE	53715.00	16.28	56786.00	15.81	60150.00	16.13	65706.00	17.59	62741.00	17.23	66111.00	18.08	62423.00	16.83	64770.00	17.14	64300.00	16.93	556712.00	17.00
FEB	48404.00	14.67	60290.00	16.78	56370.00	15.12	59725.00	15.99	48474.00	13.32	49446.00	13.32	33890.00	9.68	47567.00	12.39	43807.00	11.33	449973.00	13.74
MAR	59716.00	18.10	58887.00	16.22	66072.00	17.72	51534.00	13.80	19215.00	5.28	22153.00	6.06	24439.00	6.59	10930.00	2.89	15637.00	4.12	328003.00	10.02
ABR	32304.00	9.87	26398.00	7.34	28456.00	7.63	21773.00	5.83	8788.00	2.41	8805.00	2.41	4659.00	1.31	8312.00	2.20	1894.00	0.48	141790.00	4.33
MAY	8686.00	2.63	3345.00	0.93	6387.00	1.77	5768.00	1.54	3939.00	1.08	983.00	0.27	1869.00	0.50	1540.00	0.41	1314.00	0.35	34031.00	1.04
JUN	3226.00	1.07	1411.00	0.39	3348.00	0.90	913.00	0.24	686.00	0.19	651.00	0.18	511.00	0.14	199.00	0.05	212.00	0.06	11457.00	0.35
JUL	51.00	0.02	176.00	0.05	483.00	0.13	314.00	0.08	12.00	0.00	9.00	0.00	272.00	0.07	4.00	0.00	54.00	0.01	1375.00	0.04
AGO	0.00	0.00	23.00	0.01	27.00	0.01	22.00	0.01	568.00	0.16	834.00	0.23	843.00	0.23	1114.00	0.29	1601.00	0.42	5032.00	0.15
TOTAL	327969.00	100.00	359327.00	100.00	372626.00	100.00	372435.00	100.00	364442.00	100.00	365700.00	100.00	370845.00	100.00	377896.00	100.00	379803.00	100.00	3273863.00	100.00

FUENTE: I.A.P.A. DIRECCION GENERAL DE PRODUCCION AGRARIA.

SERVICIO DE INSPECCION FITOPATOLOGICA.

RESUMEN DE LA CAMPAÑA DE EXPORTACION DE CALABRACINES,PEPINOS Y TOMATES 1980/89.

ELABORACION PROPIA.

CUADRO N. 4

EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES MENSUALES DE TOMATES. LITORAL ORIENTAL ANDALUZ 1981/89.

MES	A_1981/82		A_1982/83		A_1983/84		A_1984/85		A_1985/86		A_1986/87		A_1987/88		A_1988/89		TOTAL	
	TM	X	TM	X	TM	X	TM	X	TM	X	TM	X	TM	X	TM	X	TM	X
SEP	0.00	0.00	13.25	0.08	44.49	0.33	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.63	0.02	0.00	0.00	61.37	0.05
OCT	0.00	0.00	57.71	0.34	156.34	1.16	44.98	0.28	58.99	0.35	346.11	2.46	38.32	0.20	50.46	0.19	752.91	0.57
NOV	0.00	0.00	442.71	2.59	1128.10	8.38	1219.39	7.57	838.18	5.03	956.39	6.79	1048.39	5.54	1087.75	4.19	6720.99	5.06
DIC	0.00	0.00	816.86	4.78	1500.17	11.15	1839.79	11.41	1449.50	8.70	4330.37	30.75	4105.74	21.70	3972.01	15.30	18014.44	13.56
ENE	2120.90	20.14	1779.53	10.42	2843.38	21.13	3771.03	23.40	4044.21	24.26	4327.04	32.14	5236.99	27.68	8091.22	31.16	32414.30	24.41
FEB	3218.52	30.56	3189.91	18.68	2756.99	20.49	6244.91	38.75	5058.53	30.35	333.43	3.79	5414.65	28.66	6632.40	25.55	35584.94	26.79
MAR	4027.77	38.25	7035.09	41.19	2882.33	21.42	1462.65	9.07	3558.13	21.35	313.74	2.23	2449.51	12.95	5544.69	21.43	27513.60	20.72
ABR	1086.80	10.32	2811.28	16.46	1959.18	14.56	501.27	3.11	942.99	5.66	7.27	0.05	79.49	0.42	73.89	0.28	8647.57	6.51
MAY	53.69	0.51	813.73	4.76	179.82	1.34	501.26	3.11	716.96	4.30	0.00	0.00	0.00	0.00	2.41	0.01	2426.11	1.83
JUN	12.46	0.12	112.35	0.66	3.36	0.02	434.95	2.82	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	585.53	0.44
JUL	11.23	0.11	7.38	0.04	0.00	0.00	77.34	0.48	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	95.95	0.07
AGO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL	10531.37	100.00	17079.80	100.00	13454.16	100.00	16117.57	100.00	16667.49	100.00	14083.38	100.00	18920.29	100.00	25963.57	100.00	132817.71	100.00

FUENTE: SOIVRE SERVICIO OFICIAL DE INSPECCION, VIGILANCIA Y REGULACION DE LAS EXPORTACIONES.
 PALAGA, GRANADA, ALMERIA 1981/89.
 ELABORACION PROPIA.

Las principales diferencias en las salidas en el tiempo de tomates entre España y la zona andaluza se concretan en:

- Mayor concentración de las salidas en esta zona, en tres meses (enero -marzo) sale el 71,91% de las exportaciones costeras, con lo que es una campaña de pleno invierno. Como consecuencia las salidas estacionales son menos espaciadas que las nacionales.
- Poca importancia de las exportación en el primer periodo de campaña de otoño-invierno (septiembre - diciembre), cuando se produce la salida de casi la mitad (47,65%) de la exportación nacional, frente al 19 % de las salidas litorales.
- Mayor importancia realtiva de las salidas desde el litoral en los meses finales de campaña de invierno y meses estivales (a-bril-agosto) (8,85%) que las nacionales en el mismo periodo (5,56%).

3.3. Distribución espacial de las exportaciones.

La distribución espacial de las exportaciones de tomates desde el litoral oriental andaluz, presenta como marco de acogida principal el continente europeo, fundamentalmente el área comunitaria a la que se dirige el 95,53% del total, el resto se reparte bastante desequilibradamente entre los países nórdicos (4,03%) y el grupo de «Otros Países» (0,28%).

Concretándonos al área comunitaria como marco principal de las exportaciones hay que señalar la concentración de las ofertas hacia dos puntos preferenciales, Francia y Alemania R.F. hacia donde se dirigen el 48,04% y el 24,64% respectivamente, más de 127.000 Tm anuales importa el primero y más de 65.000 Tm el segundo, hacia ambos países se canaliza el 72,6% del total exportado; el segundo grupo de países importantes son Holanda, Italia y el Reino Unido que absorben el 21,38% de las exportaciones litorales con valores absolutos que oscilan entre 11.000 a 26.000 Tm. Estos han sido demandantes continuados y estables durante todas las campañas. El resto de las zonas hacia las que se han dirigido las exportaciones se han caracterizado por su inestabilidad temporal, principalmente aquellos mercados que se encuentran fuera del continente europeo (E.E.U.U. y Canada) y por demandar cantidades minúscula, excepto Suiza que es el país sobre el que recae el peso de las exportaciones de los países de la E.F.T.A.

Con respecto al principio de la década no ha habido grandes cambios en el número de países demandates, sólo se ha producido una leve diversificación a partir de la campaña 85/86 cuando se le adjudica más participación al grupo de otros países y se produce la incorporaión de los dos países americanos, aunque ello sólo supone una diversificación geográfica pues los volúmenes demandados son insignificantes .

En la evolución de los grandes y medianos consumidores se puede señalar algunas diferencias a lo largo del periodo. Se ha caracterizado por el descenso relativo de las exportaciones hacia Francia, que después de alcanzar su punto álgido durante la campaña 80/81 (61,20%) empezó su descenso que con ligeras inflexiones le llevó a que en la última campaña sólo se dirigiera

hacia él el 37,69% de nuestras exportaciones, en cuanto a las cantidades absolutas prácticamente las ha mantenido durante el periodo, con un incremento del 3,10%.

Este descenso de la participación relativa de Francia se ha visto compensado por un aumento de la participación de Alemania R.F. que de exportar 4.387 Tm (17,79%) ha pasado a 10.998,75 Tm (27,82%). Los otros países con cantidades demandadas importantes (Holanda, Reino Unido e Italia) han ido aumentando el porcentaje anual importado desde esta zona. En el resto de países, sus escasas y oscilantes demandas, han marco un ritmo sinuoso y difícil de evaluar (Cuadro n. 5).

Al comparar la distribución de la exportaciones desde la Costa Oriental Andaluza con el conjunto nacional, se aprecia algunos cambios (Cuadro n 6):

CUADRO N. 5

EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES DE TOMATES POR PAISES TIPO. LITORAL ORIENTAL ANDALUZ. 1980/89.

PAIS	A_1980/81		A_1981/82		A_1982/83		A_1983/84		A_1984/85		A_1985/86		A_1986/87		A_1987/88		A_1988/89		TOTAL			
	TM	X	TM	X	TM	X	TM	X	TM	X	TM	X	TM	X	TM	X	TM	X	TM	X		
ALEM.D	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.00
ALEM.F	4387	17.79	4709	19.77	6865	26.62	6395	24.33	4327	17.36	7714	25.14	8139	25.18	11842	31.71	10998	27.89	65377	24.64	65377	24.64
AUSTRIA	21	0.09	74	0.31	150	0.58	202	0.77	325	1.30	301	0.98	120	0.37	274	0.73	104	0.26	1663	0.63	1663	0.63
BELGICA	160	0.65	181	0.76	102	0.40	89	0.34	75	0.30	107	0.35	136	0.42	226	0.61	479	1.21	1556	0.59	1556	0.59
CANADA	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	128	0.40	69	0.18	6	0.02	204	0.08	204	0.08
DINAMARCA	144	0.58	137	0.58	35	0.14	19	0.07	22	0.09	58	0.19	27	0.08	111	0.30	30	0.08	584	0.22	584	0.22
EEUU	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	25	0.08	19	0.05	0	0.00	44	0.02	44	0.02
FINLANDIA	81	0.33	27	0.11	68	0.26	355	1.35	268	1.08	241	0.79	169	0.52	457	1.22	416	1.06	2083	0.79	2083	0.79
FRANCIA	14451	58.60	14594	61.27	13876	53.81	13370	50.86	12397	49.73	16358	53.31	13655	42.25	13882	37.18	14899	37.78	127484	48.05	127484	48.05
HOLANDA	667	2.70	551	2.31	602	2.33	1271	4.84	3315	13.30	2414	7.87	2614	8.09	2700	7.23	4558	11.56	18493	7.05	18493	7.05
R.UNIDO	3266	13.24	2142	8.99	1480	5.74	2487	9.46	2023	8.12	2150	7.01	3885	12.02	4707	12.61	4010	10.17	26151	9.86	26151	9.86
ITALIA	412	1.67	647	2.72	2151	8.34	1341	5.10	1345	5.40	516	1.68	2462	7.62	1702	4.56	1303	3.30	11879	4.48	11879	4.48
IRLANDA	0	0.00	25	0.10	8	0.03	5	0.02	31	0.12	18	0.06	7	0.02	4	0.01	3	0.01	74	0.03	74	0.03
NORUEGA	119	0.48	5	0.02	1	0.00	43	0.16	18	0.07	46	0.15	16	0.05	192	0.51	259	0.66	700	0.26	700	0.26
SUECIA	88	0.36	17	0.07	449	1.74	137	0.52	231	0.93	306	1.00	374	1.16	132	0.35	234	0.59	1970	0.74	1970	0.74
SUIZA	864	3.50	708	2.97	0	0.00	572	2.18	550	2.21	456	1.49	564	1.74	1008	2.70	1643	4.17	6365	2.40	6365	2.40
OTROS	0	0.00	4	0.02	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	14	0.04	489	1.24	507	0.19	507	0.19
TOTAL	24660	100.00	23821	100.00	25787	100.00	26286	100.00	24927	100.00	30686	100.00	32321	100.00	37339	100.00	39431	100.00	265335	100.00	265335	100.00

FUENTE: CORTES PEREZ R.(1989), EL COMERCIO EXTERIOR DEL TOMATE.

F.E.P.E.X. FEDERACION ESPAOLA DE ASOCIACIONES DE PRODUCTORES , EXPORTADORES
DE FRUTAS Y HORTALIZAS.
ELABORACION PROPIA.

CUADRO N. 6
EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES DE TOMATES POR PAISES DE DESTINO. POR GRANDES AREAS DE PRODUCCION.

PAIS	A_1980/81		A_1981/82		A_1982/83		A_1983/84		A_1984/85		A_1985/86		A_1986/87		A_1987/88		A_1988/89		TOTAL	
	TM	%	TM	%	TM	%	TM	%	TM	%	TM	%	TM	%	TM	%	TM	%	TM	%
ALEN.F	39823	12.07	54830	19.02	54542	14.63	51133	14.46	49196	13.51	51833	14.17	62111	16.75	66510	18.13	67440	17.76	499418	15.57
AUSTRIA	2032	0.62	1229	0.43	2816	0.76	1487	0.42	2311	0.63	2577	0.71	3153	0.85	3808	1.01	3571	0.94	23004	0.72
BELGICA	372	0.00	856	0.30	241	0.06	639	0.18	357	0.10	327	0.09	1275	0.34	1349	0.36	2129	0.56	7540	0.24
CANADA	0	0.00	68	0.02	38	0.01	176	0.05	279	0.08	372	0.10	270	0.07	88	0.02	238	0.06	1529	0.05
DINAMARCA	1472	0.45	1854	0.64	1809	0.49	2099	0.59	1956	0.54	2094	0.57	3152	0.85	2311	0.61	2093	0.55	18840	0.57
EEUU	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	83	0.02	105	0.03	34	0.01	2	0.00	224	0.01
FINLANDIA	3006	0.91	3805	1.32	3893	1.04	4971	1.41	5067	1.39	6058	1.66	6315	1.70	6458	1.71	6751	1.78	43324	1.45
FRANCIA	71939	21.80	77268	26.81	70494	18.91	62865	17.78	51624	14.18	60948	16.63	51555	13.90	48252	12.77	52117	13.72	546792	17.07
GBRÓN	0	0.00	268	0.09	352	0.09	72	0.02	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	692	0.02
HOLANDA	68031	20.62	268	0.09	80355	21.55	77097	21.80	93381	25.71	83109	22.72	83352	22.48	92177	24.39	90145	23.73	648115	20.86
IRLANDIA	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	425	0.12	44	0.01	51	0.01	325	0.09	794	0.21	1639	0.05
ITALIA	2984	0.90	4115	1.43	6217	1.67	4098	1.16	4245	1.17	2614	0.71	5637	1.52	7145	1.89	6139	1.62	43194	1.35
MAURITANI	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	89	0.02	89	0.00
NORUEGA	2958	0.90	2699	0.94	2853	0.77	2694	0.76	2892	0.79	2777	0.76	3420	0.92	3033	0.80	4351	1.15	27677	0.86
PORTUGAL	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	271	0.07	271	0.01
R.UNIDO	118154	35.81	123089	42.71	128757	34.54	130346	36.36	135563	37.24	137923	37.70	133817	36.08	125341	33.17	128385	33.80	1161375	36.26
SUECIA	7535	2.28	7640	2.65	6013	1.61	7096	2.01	6098	1.68	6992	1.91	7403	2.00	8296	2.20	7420	1.95	64493	2.01
SUIZA	11191	3.39	10070	3.49	14284	3.83	8640	2.44	10001	2.75	7619	2.08	9035	2.44	10631	2.81	7846	2.07	89317	2.79
OTROS	472	0.14	171	0.06	162	0.04	252	0.07	448	0.12	510	0.14	194	0.05	137	0.04	27	0.01	2373	0.07
TOTAL	329969	100.00	288230	100.00	372826	100.00	353665	100.00	364043	100.00	365800	100.00	370945	100.00	377895	100.00	379908	100.00	3202906	100.00

FUENTE: I.A.P.A. DIRECCION GENERAL DE PRODUCCION AGRARIA.
SERVICIO DE INSPECCION FITOPATOLOGICA.
RESUMEN DE LA CAMPAÑA DE EXPORTA DE CALABACINES, PEPINOS, PIMIENTOS Y TOMATES 1980/81.
ELABORACION PROPIA.

- En primer lugar y como consecuencia lógica de la participación de un mayor número de áreas productoras, la diversificación geográfica de las exportaciones nacionales es mayor que la del litoral. Existen una serie de destinos con los cuales el litoral andaluz no mantiene contacto (Mauritania, Portugal, Gabón) y en la medida en que son demandantes de España son potenciales mercados de esta zona.

- En segundo lugar, la concentración espacial de las exportaciones nacionales es ligeramente inferior a la del litoral, tanto si lo analizamos por asociaciones económica de países como individualmente. Ello determina que a nivel nacional las exportaciones hacia los países de la E.F.T.A adquiera mayor importancia (7,68%), por lo que se acusa una menor dependencia de los países comunitarios (92,21%). Ello nos lleva a la tercera diferencia.

- En tercer lugar, se constata variaciones en el peso que cada país tiene en la exportación nacional, de tal forma que no existe una corespondencia entre el litoral y España en los principales consumidores. El principal destino de los tomates españoles es el mercado británico (32,26%), seguido del Holandés (20,86%) y Francia.

Dentro de la distribución nacional de tomates debemos distinguir entre la Península y Canarias, puesto que el destino dado a sus productos difieren: se puede decir que mientras el grueso de las exportaciones peninsulares de tomates tiene un destino continental que coinciden con las litorales, Francia y Alemania reciben el 58,64% de las exportación peninsular; las de origen canario a la vez que presentan mayor concentración espacial, el destino es marítimo, al tener la hegemonía Holanda y el Reino Unido (86,88%).

De esta forma el origen del abastecimiento de los principales países consumidores queda como sigue: el origen de los envíos hacia Alemania R.F y Francia son totalmente peninsulares, en un 99,73% y un 97,77% respectivamente; mientras que los envíos hacia el R. Unido y Holanda están mas compartimentado entre las dos grandes zonas productoras, aunque con clara imposición de los envíos insulares, así el origen de los tomates del R. Unido en un 28,38% es peninsular y en un 71,61% canario; hacia Holanda los envíos canarios supone el 83,85% de los nacionales.

La participación de la zona litoral en las cantidades demandadas por los principales países queda como sigue: el hecho de que no coincidan los grandes demandantes de tomates a nivel nacional con los del litoral aumenta la participación de esta última en sus respectivos mercados de destinos: más del 20% de la importaciones de Bélgica, Italia, Francia y el grupo otros países tienen como lugar de origen la Costa Oriental andaluza; el 13,09% de los dirigidos hacia Alemania R.F. y Canada y en algo más del 7% participa en la distribución hacia Austria y Suiza:

CUOTA DE MERCADO DE LAS EXPORTACIONES LITORALES EN LOS PAISES DE DESTINO ESPAÑOLES.

PAISES	% Litoral/ España	PAISES	% Litoral/ España
Alemania R.F.	13,09	Italia	27,50
Austria	7,23	Mauritania	—
Bélgica	20,64	Noruega	2,53
Canada	13,35	Portugal	—
Dinamarca	3,10	R. Unido	2,25
E.E.U.U.	20,06	Suecia	3,05
Finlandia	4,50	Suiz	7,12
Francia	23,31	Gabón	—
Holanda	2,79	Otros Países	21,38
Irlanda	4,51		

4. OFERTA COMUNITARIA DE TOMATES. GRADO DE COMPETITIVIDAD DE LA EXPORTACION ESPAÑOLA.

La producción mundial de tomates se cifró para el año 1.986 en 59.634.000 Tm sobre una superficie de 2.592.000 Ha, lo que supone unos rendimientos medios mundiales en torno a las 23.000 Kg /Has. España ocupa la sexta posición en la producción mundial de tomates con un volumen medio anual superior a 2.200.000 Tm situándose tras Egipto, China, USA, Turquía e Italia. Ha incrementado su producción en 15,94% respecto al periodo 1.971/81. Sin embargo a nivel europeo es el segundo gran producto después de Italia.

En el marco del comercio internacional no se aprecia una relación directa entre país productor y exportador (cuadro n. 7). Dentro del contexto europeo el potencial productivo de cada país, así como los momentos en los que se desarrolla su campaña de exportación marcaran el carácter importador-exportador de cada país. En este contexto sólo dos países (Portugal y Grecia) no han participado en el comercio exterior de esta hortaliza. Mientras que el resto de países, Bélgica, Luxemburgo, Dinamarca, Irlanda, Francia y Alemania R.F. se presentan como países netamente importadores, las exportaciones que realizan vienen determinada por las secuencias estacionales de su producciones y el consumo, que les imponen ser deficitario en unos periodos y excedentarios en otros.

CUADRO N. 7
TOMATE COMERCIO INTERNACIONAL

PAISES	IMPORTACIONES					EXPORTACIONES				
	A_1984 Tm	A_1985 Tm	A_1986 Tm	TOTAL	%	A_1984 Tm	A_1985 Tm	A_1986 Tm	TOTAL	%
MUNDO	2096	2121	2275	6492	100.00	2111	2242	2163	6516	100.00
AFRICA										
MARROCOS	0	0	0	0	0.00	92	94	100	286	4.39
AMERICA										
CANADA	134	138	147	419	6.45	3	4	5	12	0.18
MEXICO	1	1	1	3	0.05	451	48	538	1037	15.91
U.S.A.	374	386	445	1205	18.56	73	68	59	200	3.07
ASIA										
ARABIA SAUDI	140	110	93	343	5.28	4	4	4	12	0.18
JORDANIA	21	21	20	62	0.96	128	108	95	331	5.08
KUALIT	50	53	57	160	2.46					
EUROPA										
EUR_12	955	1006	1055	3016	46.46	924	1012	862	2798	42.94
ALEMA.R.F	375	379	390	1144	17.62	2	1	5	8	0.12
BELGICA-LUX	8	9	12	29	0.45	58	69	86	213	3.27
DINMARCA	11	13	15	39	0.60	2	2	1	5	0.08
ESPAÑA	0	1	1	2	0.03	365	396	199	960	14.73
FRANCIA	239	253	284	776	11.95	10	12	14	36	0.55
GRECIA						1	0	1	2	0.03
IRLANDA	11	12	13	36	0.55	2	2	1	5	0.08
ITALIA	5	9	6	20	0.31	15	16	21	52	0.80
P.BAJOS	70	76	77	223	3.43	461	505	525	1491	22.88
PORTUGAL						1	2	1	4	0.06
R.UNIDO	236	254	257	747	11.51	7	7	8	22	0.34
AUSTRIA	37	36	39	112	1.73					
BULGARIA						98	84	90		
CHECOSLOVAGUIA	30	27	30	87	1.34					
ALEMA.R.D.	43	38	40	121	1.86					
RUMANIA						79	90	90	259	3.97
SUECIA	35	36	36	107	1.65					
SUIZA	35	34	35	104	1.60					
U.R.S.S.	82	89	113	284	4.37					

FUENTE: ANUARIO DE ESTADISTICA AGRARIA.

M.A.P.A. MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACION 1986.

Es Alemania R.F. el principal país importador europeo de tomates y el segundo mundial, tras USA. Su capacidad receptora se sitúa en torno al 17,45% y el 19,55% de las exportaciones mundiales. E.E.U.U. Canada, Alemania, Francia y el R. Unido reciben la mitad de las exportaciones mundiales (53,70%). Según los datos de la FAO en 1.986, las importaciones mundiales se situaron en 2.275.000 Tm creciendo en 8,5% respecto a 1.984. De este volumen importado el 46,37% se dirigió hacia Europa.

Las exportaciones mundiales de tomates se sitúan en 2.163.000 Tm lo que supone un ligero ascenso con respecto a 1.984 (2,46%) y un descenso con respecto a 1.985 (3,52%). España ocupa el tercer lugar mundial por su capacidad exportadora tras Méjico y Holanda, y el segundo europeo tras este último país. Estos tres países efectúan la distribución del 58,34% de las exportaciones totales de tomates. La exportación española supone el 9,20% de la mundial en 1.986, aunque

se produjo un importante descenso con respecto a momentos anteriores cuando solía suponer el 18%. Sin embargo como comprobaremos el principal rival de nuestra exportación será Holanda dentro del marco Europeo y a nivel internacional la competencia vendrá de Marruecos unido a las características de las producciones de tomates que dificulta largos trayectos.

El principal competidor de la exportación española de tomates es Marruecos, con una superficie productiva de 10.000 Ha y una producción de 400.000 Tm., y un volumen exportado de 100.000 Tm en 1.986. Su producción se encuentra ubicada en dos zonas bien diferenciadas, al norte y al sur del país, aunque la región norte produce anualmente las 2/3 partes del total nacional, una ventaja para la exportación, siendo lo más agravante que el calendario de comercialización marroquí es similar al español, si bien con un inicio algo más retrasado ya que pone los primeros envíos en el mercado europeo en noviembre. También cuenta con las ventajas en las rebajas arancelarias que le impone la C.E.E.

En el marco comunitario por sus niveles productivos, los principales productores son Italia (119.000 Ha.), Portugal (32.000 Ha), Grecia (37.000 Ha). Sin embargo el principal rival es Holanda, país que auna la doble vertiente importador-exportador, con una superficie en torno a las 25.000 Ha, exportó 525.000 Tm en 1.986. Su elevado consumo y ser una zona de redistribución en el interior del continente europeo explica que sea uno de nuestros principales demandantes.

Bélgica es otro país que posee la doble vertiente importador-exportador, aunque en sus relaciones con nosotros prima la primera. Este país importa anualmente unas 86.000 Tm e importa desde España una media anual de 700 Tm, sólo en las últimas campañas ha rebasado las 1000 Tm. La cuota de mercado español en este país es insignificante.

Italia es otro país que cuenta con la doble vertiente, una superficie productiva de 125.000 Ha, con una producción de 5.280.000 Tm, exporta tan sólo 21.000 Tm. Por lo que pese a su gran producción no es un rival de envergadura, pues destina un gran volumen de su producción a la transformación industrial, con lo que relega a un segundo plano el consumo en fresco y por consiguiente la exportación.

Francia es otro país deficitario y excedentario a la vez de tomates, la superficie es de 18.000 Ha, con una producción media de 2.243.000 Tm, la producción francesa se desarrolla desde marzo a noviembre y el grueso de ella se sitúa desde junio a agosto. Francia comparte sus importaciones desde España con las procedentes desde Marruecos y Holanda. En la campaña 84/85 el 43,13% de las importaciones de tomates la efectuó desde Marruecos, el 39,15% desde España, el 12,04% desde Holanda y el 5,67% desde otros países (3).

El Reino Unido se muestra totalmente un país importador, con una capacidad de importación anual de 257.000 Tm, recibe desde España el 49% de estas necesidades (más de 100.000 Tm). Reparte sus importaciones desde noviembre a marzo con importantes concentraciones en enero. Esta excesiva concentración del tomate le obliga a dirigir sus ofertas hacia otros países, ello refleja la posibilidad de incrementar la participación española en su mercado sobre todo durante los meses de principio y final de campaña.

Las características productivas de los países europeos, determina que los meses críticos de la exportación española sea desde abril a mayo, que coinciden con la entrada en producción de la mayor parte de los países comunitarios, lo que siempre causa a las exportaciones españolas un final de campaña negativo en cuanto a cotizaciones, debido a la insistencia de los periodos de tasas compensatoria, al coincidir con los momentos en que más se elevan los precios de referencias, momento en que se puede ver beneficiado Holanda y Bélgica con producciones en estos momentos, con lo que la única forma de competir es a base de calidad que por otra parte es muy difícil de mantener en estos momentos de campañas.

5. AGENTES Y EMPRESAS QUE PARTICIPAN EN LA DISTRIBUCION DE TOMATES.

La red de distribución de tomates en la costa oriental andaluza se inserta dentro de la que caracteriza a la hortícola, participan el mismo tipo de empresas: el protagonismo lo posee las empresas particulares (sociedades anónimas o limitadas) quienes controlan el 37,05% de la exportación, a continuación se sitúan las Asociaciones Agrarias donde las S.A.T.s se imponen al organizar 1/3 de la producción, mientras que la distribución a través de cooperativas supone casi un 17%; es escasa la participación del cosechero-exportador (6,75%), figura bastante usual en otras regiones españolas; en cambio la producción que se destina al mercado interior se distribuye casi en su integridad a través de las alhóndigas (centros de contratación en origen, su forma de contratación de la mercancía es mediante subasta a la baja debiendo pagar el agricultor una comisión al alhondiguista en concepto de comercialización), salvo algunas partidas que acerque directamente el agricultor al mercado mayorista de su localidad donde es comercializada a través de los asentadores.

A parte de estas figuras de comercialización habitual en el proceso de distribución hortícola, debemos señalar unas peculiaridades que caracterizan a la producción y comercialización de este producto en la provincia de Almería. Para el tomate liso de exportación se ha establecido en esta provincia grupos de exportadores que compran o arriendan tierras para el cultivo del tomate, dirigiendo ellos todo el proceso productor-comercializador y actúan como sociedades particulares. El objetivo es controlar todo el proceso e incidir especialmente sobre la calidad, necesidad prioritaria para el tomate de exportación, sobre todo en ciertos periodo de campaña cuando se conjugan los intereses de varios países exportadores en el marco comunitario.

La importancia y tradición del tomate no sólo se aprecia en la extensión de su superficie y el grado de producción sino también en las empresas de comercialización. La mayoría de centros de contratación hortícolas incluyen anualmente entre sus productos algunas partidas de tomates, constituyendo muchas veces éste el objeto de especialización de las mismas pues lo dilatado y amplio de su campaña de comercialización (más que la de otras hortalizas) garantiza la plena actividad de los centros de contratación durante la mayor parte de la campaña: dentro de las empresas hortícolas que manipulan tomate podemos distinguir dos grupos:

-Empresas que se especializan en un único producto: el tomate, cuyo núcleo más importante se sitúa en la comarca almeriense del Bajo Almanzora.

- Empresas que aunque comercializa tomate, sin embargo comparte la campaña de comercialización con alguna otra hortalizas y evita de esta forma las posibles estacionalidad de la producción y el riesgo de la especialización en un único producto, el grueso se reparten entre Almería, y El Ejido.

En el año 1.985 existía en España 278 empresas exportadoras de tomates fresco, de ellas 49 (17,62%) se localizaban en la costa oriental andaluza, de las que tres aparecían en la Costa granadina (dos en Motril y 1 en Carchuna) y una en El Morche-Torrox (Málaga). Las 45 restantes se localizan en la provincia almeriense, de ellas la comarca del Campo de Níjar-Bajo Andarax, posee el 45% de las mismas, donde destaca la concentración en el municipio del El Ejido y el término municipal de Almería; en la Comarca de Dalías se encuentra el 34% de las empresas exportadoras de tomates, donde destaca Roquetas de Mar y por último 6 empresas tienen su lugar de instalación en la Comarca del Bajo Almanzora.

En conclusión, el 62% de las empresas de exportación incluyen a este producto entre sus partidas, ello contribuye en principio a atomizar las ofertas desde el momento en que son muchos los comerciante y predominan los de tamaño mediano a pequeño; el 41% de estas manipulan anualmente menos de 200 toneladas; siendo interesante el grupo que manipula entre 200 y 1.000 Tm anuales que son los que se encargan de distribuir la mitad de la producción exportable; mientras que son 5 las empresas que organizan anualmente entre 2.000 y 10.000 Tm de tomates.

6. EL COMERCIO EXTERIOR DEL TOMATE Y LA C.E.E.

Las reglamentaciones comunitarias tienen un caracter determinante en la relaciones comerciales hortofrutícolas y en especial en la producción y comercialización del tomate especialmente porque es la C.E.E. el marco espacial del destino de nuestras exportaciones, que obliga a una adecuada y estricta regu-lación de las ofertas, al compás de las exigencias del área económica, en cuanto al sistema de precios de referencias y eventuales tasas compensatorias.

Como es sabido, la C.E.E. desarrolla cada año una serie de mecanismo y reglamentaciones al fin de defender sus mercados y productos a las exportaciones provenientes de «terceros países» situación en la que se ha encontrado el comercio exterior de tomate durante la primera mitad de la década y durante la primera etapa de la adhesión de España a la C.E.E.

En estas relaciones ni todos los países ni todos los productos son tratados con el mismo rigor dentro de las reglamentaciones comunitarias, ni antes ni después de la adhesión. La principal diferencia se encuentra en el grado de autoabastecimiento comunitario del producto hortofrutícola en cuestión; es decir el potencial productivo español y comunitario en un producto determinado y sus calendarios de comercialización, determinarán que para ciertas frutas y hortalizas se agudicen aún más las imposiciones comunitarias, de tal forma que podemos distinguir dos grupos de productos:

- Productos que no cuentan con superficie productiva significativa en el área comunitaria o productos pocos sensibles, son los productos sin precios de referencias.

- Productos muy sensibles en cuanto que existe producción comunitaria significativa. Estos estan regulados mediante los precios de referencias y por consiguiente con gravámenes compensatorios. Dentro de este grupo se encuentra los tomates.

El obstáculo más grave que ha tenido que hacer frente este producto antes de la adhesión y durante la primera etapa de la misma, ha sido la necesidad de mantenerse por encima de los precios de referencias que fija anualmente la Comunidad lo cual ocasiona grandes inestabilidades de los precios en origen. Mediante el sistema de precios de referencias se penalizan las importaciones que no alcancen las cuotas señaladas por las instituciones comunitarias. Estos se fijan anualmente antes de que empiece cada campaña de comercialización. Bien se fija un precio único para toda la campaña o varios dis-tribuidos por periodos en función de la evolución estacionaria de las cotizaciones. Los precios de referencias son válidos para toda la comunidad y no pueden ser inferiores a los de la campaña precedente.

PRECIOS DE REFERENCIAS EN TOMATES EN LAS ULTIMAS CAMPAÑAS.

PERIODO DE APLICACION	Campañas			
	1985/86	1986/87	1987/88	1988/89
	(ecus/100 kg netos)			
Prod. no invern. Septiembre	43.51	44.43	44.43	44.63
1 Octu-20 Dic.	45.53	45.53	45.53	45.73
Prod. invernadero Abril	197.27	197.27	197.27	197.27
Mayo	136.75	136.75	136.75	136.75
1 Junio-10 Julio	99.96	99.96	99.96	99.96
11 Julio-31 Agos	41.06	41.06	41.24	41.46

Al observar los precios de referencias fijados para tomates, podemos apreciar como es muy frecuente que se disparen los precios por encima de los valores máximos de los precios de referencias por lo que es habitual la coincidencia de los precios en varias campañas, lo que evidencia un descenso en los precios de producción de los estados miembros comunitarios.

Una vez fijados los precios de referencias, se hace necesario el cumplimiento y control de los mismos, para ello la Comunidad calcula los denominados «Precios de entrada», que son fijados para cada día de mercado y para cada procedencia de producto en función de los datos que les son enviados por los Estados miembros o que ella misma ha obtenido sobre la base de los precios representativos constatados a nivel de importador-mayoristas. Cuando el precio de entrada se mantiene durante dos días consecutivos a un nivel inferior al menos en 0,6 ecus al precio de referencia, se aplica un montante corrector que es la denominada «Tasa Compensatoria» al país de procedencia. Esta es igual a la diferencia entre el precio de referencia y la media aritmética de los últimos precios de entrada.

Este es el primer acicate contra las exportaciones, de tal forma que se convierte en un círculo vicioso: cuando los precios de entrada bajan y los precios de referencias se mantienen elevados,

se procede a la tasa haciendo bajar aún más los precios de los productos en los respectivos países exportadores. De ahí la frecuencia en algunos productos con precios muy inestables (tomates) cuando el aumento de la producción hace bajar el nivel de precios, mientras que los de referencias se mantienen estables al haber sido fijados según las cotizaciones de campañas anteriores, cuando eran más altos. Por esta razón la única forma de poner fin a estos efectos acumulativos de los precios de referencias es mediante la suspensión temporal de las exportaciones mediante el mecanismo de la «Contigentición». Regulación que se negocia entre el sector y la administración.

La contigentición consiste en poner topes a la exportación. Para ello el comité encargado del funcionamiento de cada sector fija unos cupos semanales a exportar. La cantidad a exportar se reparte proporcionalmente a la producción estimada de cada zona productora de España. El cupo adjudicado a cada provincia se reparte entre los distintos exportadores de la provincia teniendo en cuenta la media de lo comercializado por cada uno en las tres últimas semanas y el mismo periodo en campañas precedentes, primándose de esta forma al productor mayoritario del producto.

Durante la década de los 80, los tomates han sido una de las hortalizas considerada de mayor sensibilidad donde ha sido más frecuente la contigentición y el gravamen compensatorio. Aunque debemos hacer una distinción pues mientras que a los tomates españoles se le impusieron tasas compensatorias, en cambio a los insulares se le aplicó también la contigentición desde la campaña 85/86.

La campaña más difícil a la que tuvo que hacer frente los tomates fue la de 1983/84 cuando se le impuso en 6 ocasiones gravámenes compensatorio. Aunque los periodos temporales en los que estos se aplican suelen variar de una campaña a otra, sin embargo el momento más crítico suele ser de marzo a junio, periodo en el que con más frecuencia se aplica este gravamen o cuando este alcanzan los mayores valores. Los valores de las tasas han oscilado entre 1,66 y 99,89 ecus/100 kg netos, lo que significa que se han pagado tasas que oscilan entre 1,91 a más de 100 pts por kilos a lo que hay que añadir el resto de pagos que se acumula hasta la llegada al mayorista, a estos niveles e incluso antes es prácticamente imposible rentabilizar la exportación.

Otro obstáculo que interpone la comunidad a las exportaciones y que se ha tornado discriminatorio para algunas hortalizas españolas, entre ellas el tomate, en relación a otros países ha sido la aplicación de la Tarifa Exterior Común (T.E.C.) estos gravámenes se suelen elevar en los momentos centrales de nuestras exportaciones. Estos aranceles, en virtud de los acuerdos preferenciales que establece la comunidad con los países mediterráneos, sufren rebajas sobre los valores fijados, pero en este punto se halla la posición discriminatoria que ha afectado a España respecto a otros países. Los tomates pagan tasas «ad valorem» del 11% pero en ciertos periodos de campaña (1 enero-fin de febrero) se ven rebajados a un 5,5%. Es importante esta rebaja porque en este periodo se sitúa el grueso de la exportación; con todo seguimos en situación de desventaja competitiva pues otros países (Países del Magreb, Chipre, Malta) no sólo reducen sus aranceles hasta un 4,4% sino que aplica esta rebaja a un periodo más amplio de tiempo (14 de noviembre al 15-30 de abril). Siendo Turquía quien disfruta de la mayor rebaja ya que sus niveles de aranceles para este producto se sitúan en 2,2%.

Tras la adhesión se inició el desarme arancelario que para los productos con precios de referencias se produce en 11 fases a partir del primero de marzo de 1986. Actualmente este producto hortícola tras las sucesivas rebajas arancelarias sólo paga un 20% de su derecho base de aduana.

Una de las últimas medidas a las que el sector hortofrutícola y nuestro producto ha tenido que hacer frente en el proceso de adhesión a la comunidad es el denominado Mecanismo complementario de los intercambios (M.C.I.). Son diez los productos hortofrutícolas que se verán sometidos a este mecanismo, entre ellos el tomate, cuyo periodo de aplicación anual será el siguiente:

	PRIMERA FASE	SEGUNDA-TERCERA FASE.
TOMATE DE OTOÑO	1 semana octubre 2 semana noviembre	2,3,4, sem octu. 1 semana novi.
TOMATE DE PRIMAVERA	15 mayo/15 junio	

El M.C.I. es un sistema semejante al de la contingentación que funcionaba en la primera fase de la adhesión, para su funcionamiento la campaña de comercialización se organiza en tres fases, y las medidas a tomar están en consonancia con la situación de nuestras exportaciones en los mercados comunitarios. Estas medidas van en gradación paulatina según se considere el mercado del producto de sensible o no, lo que hará aumentar, disminuir o contener las exportaciones a fin de equilibrar el mercado. Es en la tercera fase cuando se considera periodo sensible y la exportación puede restringirse.

CONSIDERACIONES FINALES.

A lo largo de esta exposición, hemos podido comprobar que el tomate es un producto que se halla en una situación estacionaria, la superficie de tomate se ha estabilizado en algunos casos y en otros ha disminuido, con objeto de que el crecimiento de la productividad de los rendimientos se estabilice; en este sentido parece que se va a seguir en la misma línea y no se prevee ni es aconsejable un aumento superficial, puesto que este es uno de los productos hortícolas considerados más sensibles del conjunto de hortalizas que integra la exportación desde el litoral andaluz, es el que cuenta tanto en esta zona geográfica como en el área comunitaria con mayor producción (10.841.000 Tm), es decir el 55% de la producción hortícola comunitaria corresponde a tomates.

Esta situación viene avalada por la dificultad de aumentar considerablemente las exportaciones, puesto que el consumo europeo está cubierto durante la campaña invernal por las importaciones que actualmente se realizan, mientras que la demanda en los meses veraniegos está garantizada por las propias producciones comunitarias; los meses que parece algo más deficitarios puesto que las importaciones disminuyen y aún no se ha producido la entrada de lleno de la producciones propias de la comunidad, son los meses de abril a junio, lo que se debería tener en cuenta en la organización de la exportación aún más cuando en esta segunda etapa de la adhesión se ha suavizado la normativa comunitaria. Las ventajas de estos meses se aprecian

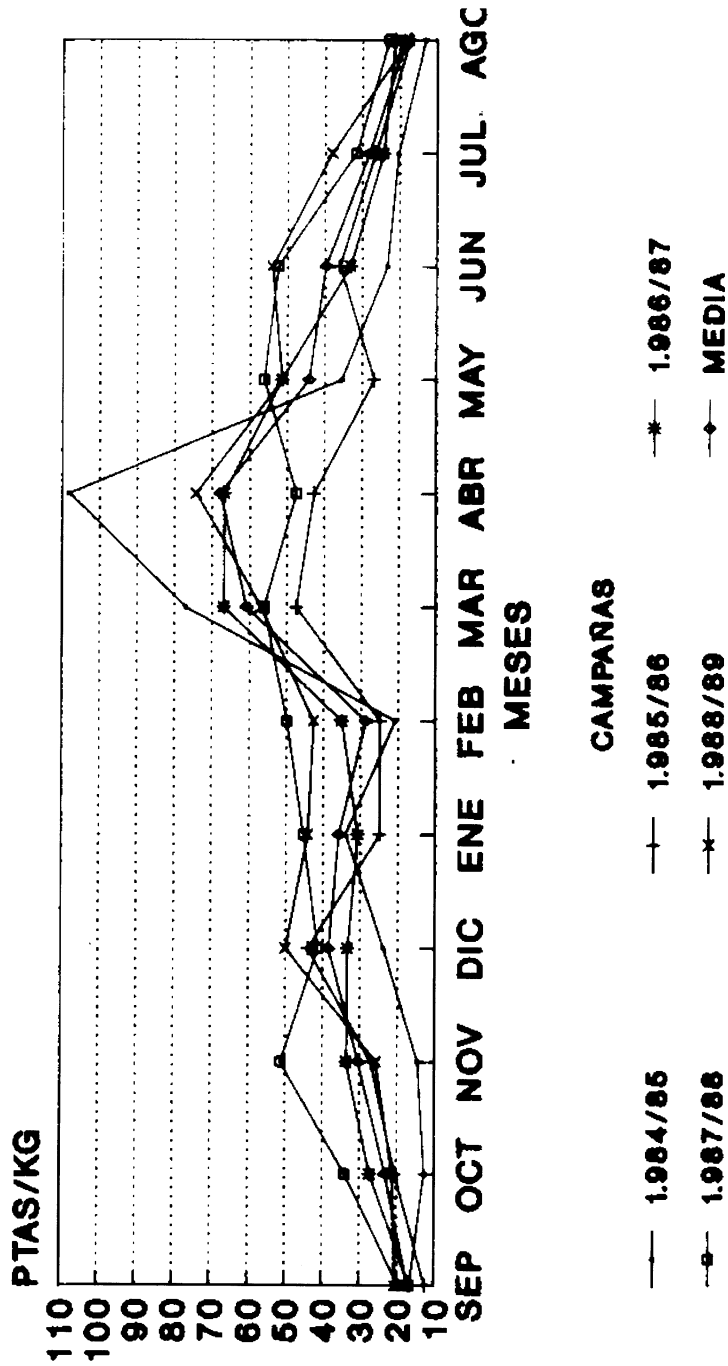
claramente en la evolución de la cotizaciones de esta hortaliza tanto a nivel productor como en el mercado exterior.

La evolución de las producciones de tomates y la sensibilidad de la misma ante condiciones meteorológicas adversas deja su huella en la evolución de las cotizaciones, las cuales no suele presentar una línea evolutiva ascendente, sino que en ella se advierte considerables dientes de sierras; a lo que hay que añadir las fluctuaciones que hace sufrir a los precios el elevado nivel de precios de referencias comunitarios. Esto nos obliga bien a tener que mantener los niveles de precios marcados muchos más elevados que los que se consiguen en el mercado nacional, o caer en tasas compensatorias, lo que incide negativamente sobre los precios pagados en origen. Ello ha llevado a que el comercio de esta hortaliza este bastante controlado administrativamente intentando en todo momento adaptar la oferta a la demanda, lo que explica que los niveles de precios no experimenten grandes crecidas campañas tras campañas.

La evolución de los precios de los tomates a lo largo de la campaña de comercialización traduce claramente las características de su destino comercial y marcan diferencias importantes entre la campaña de otoño-invierno y verano. Las campañas de comercialización suele empezar y terminar con caídas en el nivel de las cotizaciones. La campaña se inicia en el mes de septiembre con los bajos niveles de precios que viene arrastrando desde los meses veraniegos. Este marcado descenso en los meses de verano se debe a una abundante oferta dirigida casi exclusivamente al mercado interior donde se cotiza mas bajo, y al descenso del nivel de exportación. A partir de estos momentos los precios empiezan su ascenso distinguiéndose dos etapas: un primer momento con precios medios estabilizados desde noviembre a marzo que coincide con la plenitud de la campaña de exportación, ofertas elevadas, agravadas por la confluencia de la producción marroquí. Desde marzo a abril se alcanza la máxima subida en lo que influye varios factores, en primer lugar el descenso del nivel de oferta hace subir los precios y en segundo lugar el mercado comunitario se encuentra desabastecido, aunque en algunos momentos según las circunstancias climatológicas pueden adelantar su cosecha al mes de abril y en tercer lugar coincide con una importante subida de los precios de referencias como consecuencia de la posible entrada en producción de las plantaciones comunitarias que nos obliga a elevar los precios si queremos acortar diferencias y evitar el riesgo de tasas compensatorias (Gráfico n 4).

GRAFICO N. 4

EVOLUCION DE LAS COTIZACIONES
Precios Nivel Productor
TOMATES



Fuente: Boletines Mensuales de Estadística. Secretaría General Técnica del MAPA (1986/1990).

Esta elevación de los precios en origen también se manifiesta en el exterior. La evolución de los precios en el mercado internacional suele ir incrementado las diferencias con los realizados en origen conforme avanza la campaña produciéndose las mayores distancias desde enero a abril (entre 60 y 90 pts de diferencias). Los precios más elevados los alcanza en los meses de marzo-abril al igual que a nivel productor.

Las aspiraciones y retos del sector a fin de seguir siendo competitivo son:

- Desde el punto de vista de la evolución y agilidad de las campañas de exportación es seguir manteniendo los actuales calendarios de comercialización; es decir afianzar esa tendencia que hemos apreciado de adelantar el calendario de exportación tanto a nivel nacional como litoral, e intentar aprovechar las ventajas que supone mantener la corriente exportadora durante los meses de abril a junio. Como hemos podido apreciar, el mercado de exportación de tomate posee dos periodos claramente diferenciados: la campaña de otoño-invierno que se prolonga hasta principio de primavera y la temporada de mediados de primavera-verano; es a la primera donde se inscribe el periodo principal de exportación española y concretamente la almeriense, es este momento el que se torna más conflictivo, la rivalidad a la que hemos de hacer frente se concreta en las producciones que proviene de los países mediterráneos en concreto de Marruecos y en el caso particular del litoral se le debe añadir la competencia que ofrece la exportación Canarias cuyo calendario de comercialización presenta una orientación mayor que la del litoral levantino hacia la campaña de otoño-invierno; el segundo periodo de exportación no se vuelve tan problemático, las exportaciones tanto nacionales y aún más almerienses disminuyen, ni cuantitativa ni cualitativamente interesa la exportación a lo que hay que sumar el descenso de las importaciones europeas con la entrada en el mercado de las producciones comunitarias lo que se acusa en la agudización de las medidas proteccionistas comunitarias; ello hace muy sensible la exportación durante estos momentos que deben ser de calidad y a precios elevados.

- Desde el punto de vista de las empresas de distribución, un aspecto que se torna negativo y al que se debe prestar consideración, es la excesiva atomización de la producción, la proliferación de agentes comerciales que incluye el producto entre sus partidas de comercialización, la escasez de agentes económicos dedicados en exclusivos al mercado exterior, unido a un destino final con una componente importante sobre el mercado interior; impone la necesidad de algún mecanismo que concentren las ofertas y garantice en cierta medida la transparencia de precios en origen, lo que ha llevado a realzar el peso de las alhóndigas en la comercialización de este producto; a la vez que deja idenfeso el producto en el mercado exterior al no existir empresas fuertes que actúe directamente en el exterior predominando la venta en consignación lo que fuerza a una competitividad continuada en destino. De ello se desprende la necesidad de concentrar las ofertas exportadora, la concentración de la producción y el desarrollo de cooperativas en donde la calidad sea uno de los factores que primen.

La solución vigente hasta ahora para mantener la situación productiva actual y el sistema de regulación de la exportación ha sido el sistema de restricciones cuantitativa, de vital importancia si se quiere seguir manteniendo la rentabilidad de los empresarios tanto a agricultores como a comerciantes; a los que considerando el precio final del producto en el mercado internacional

a 100 pts/kg y una vez descontado los gastos de producción y comercialización, le resta un 16 y un 24,76% sobre el valor final del producto.

Sin embargo la política de restricciones ha generado siempre algunas conflictividades interregionales, especialmente entre Almería y Canarias, pues todos los aumentos participativos de la primera en la exportación española se hace a expensa de la reducción de la cota participativa Canarias; a lo que también hay que añadir problemas internos provinciales puesto que es difícil prevee que los productos sean producidos por quienes y donde deben ser producidos, se puede producir una redistribución de la renta agraria desde los productos no contingentados hacia los contingentados y una redistribución interpersonal de rentas en favor de los beneficiarios de los contingentados (3).

(3) BARCELO VILA, L. (1.980). La exportación española de productos hortofrutícolas. Revista I.C.E.X. Diciembre n.568 pag 106