

ESTUDIO DEL MERCADO DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN LA ISLA DE LA PALMA

Autor: David Lana. Ing. Agrónomo e Ing. Técnico Agrícola

Promotor:

S. COOP. CAMPO PALMERO

COCAMPA

ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES DE FRUTAS Y HORTALIZAS

Colaboran:



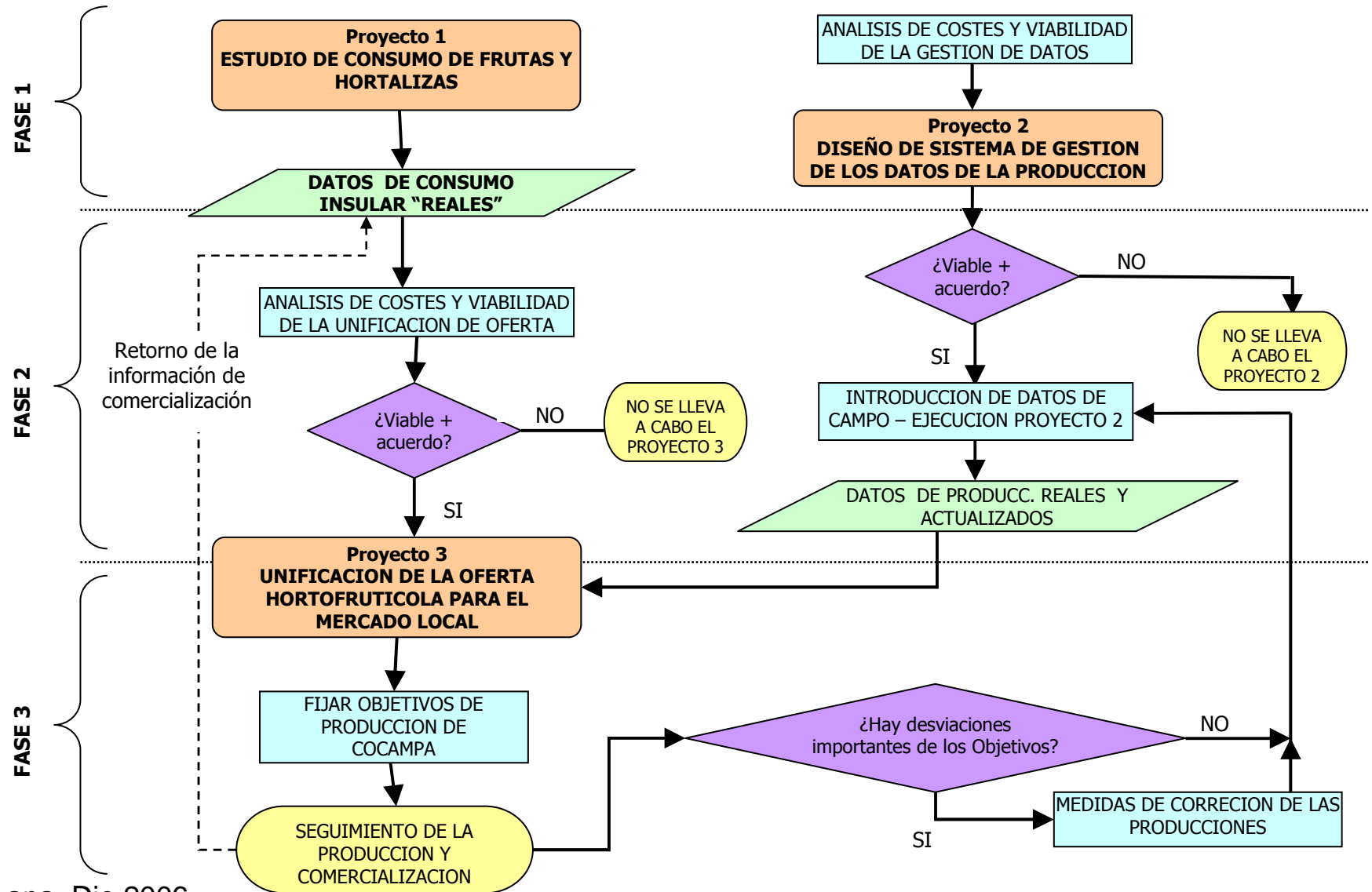
1. INTRODUCCION

- ✓ Encargo de COCAMPA, compromiso contraído con el Excmo. Cabildo Insular de La Palma. Convenio de colaboración.
- ✓ Esta Cooperativa, calificada como OPFH, desea mejorar el nivel de autoconsumo de la isla en el sector de frutas y hortalizas frescas.
- ✓ Esta OPFH es la única presente en la isla en las dos categorías (F y H). “Une” a la mayor parte de los productores de la isla, está en disposición de influir decisivamente en este mercado en La Palma.

2. OBJETIVOS

- Estimar las necesidades de abastecimiento de frutas y hortalizas frescas en La Palma, así como su distribución en el año, para poder realizar una planificación de cultivos justificada, y adaptar la oferta a la demanda prevista, si es posible.
- Conocer las preferencias de los consumidores locales, a nivel general y por producto, para emplear en la selección de variedades y técnicas de cultivo, presentación, etc.
- Es necesario identificar a los implicados y describir la cadena de distribución en la isla, para tomar decisiones estratégicas y conocer las fuentes de información.

2. OBJETIVO: PLANIFICAR



D. Lana. Dic-2006

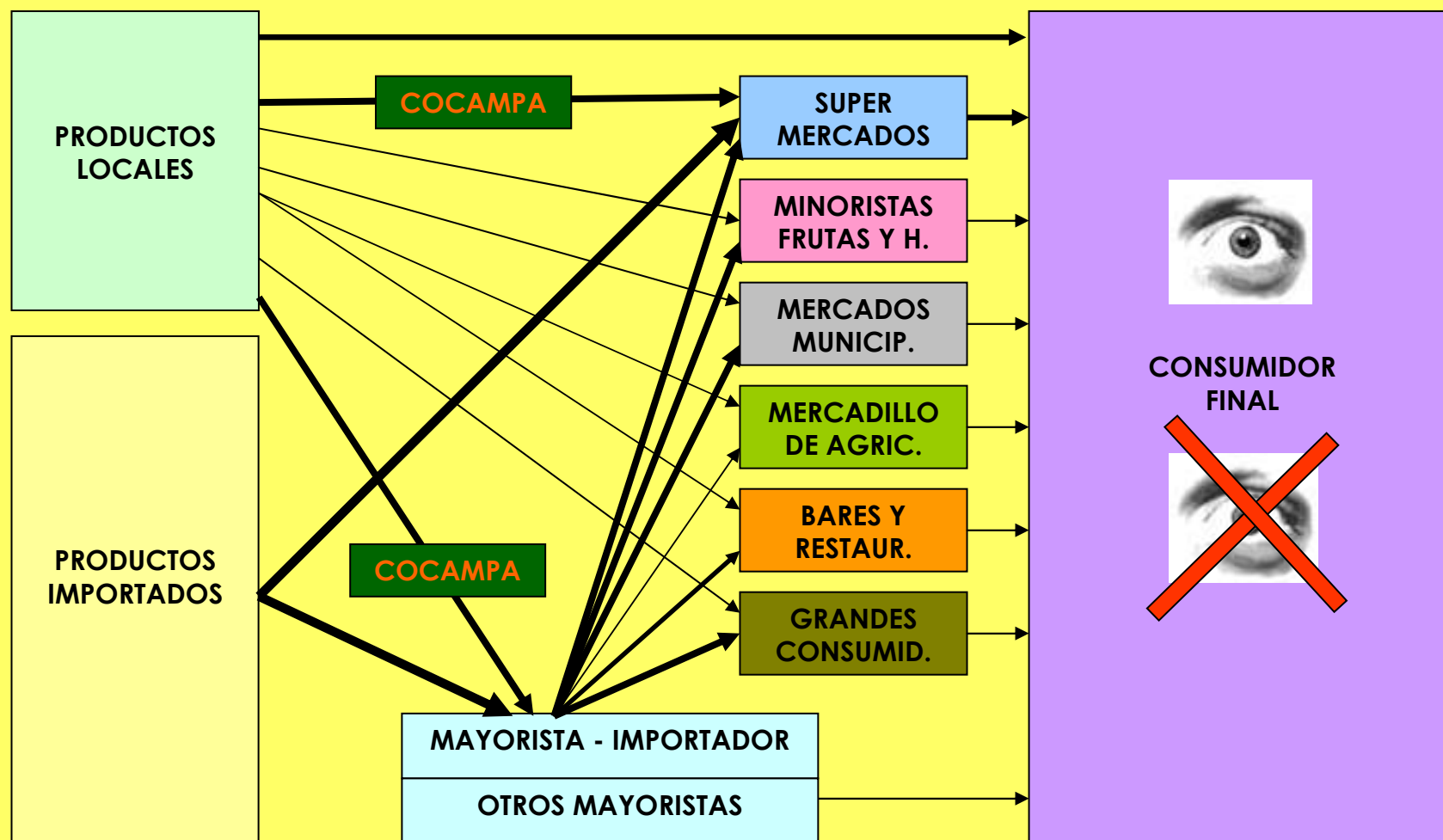
COCAMPA

3.1. LA CADENA COMERCIAL (I)



- ✓ *Productores locales*
- ✓ *Mayoristas e importadores tradicionales de frutas y hortalizas*
- ✓ *Entidades asociativas agrarias*
- ✓ *Empresas de distribución y venta al menor*
- ✓ *Vendedores al por mayor desde fincas*
- ✓ *Minoristas de mercados municipales y mercadillos de agricultores*
- ✓ *Minoristas de fruterías y otros comercios tradicionales*
- ✓ *Grandes consumidores*
- ✓ *Empresas de restauración*
- ✓ *Consumidores finales en el hogar*

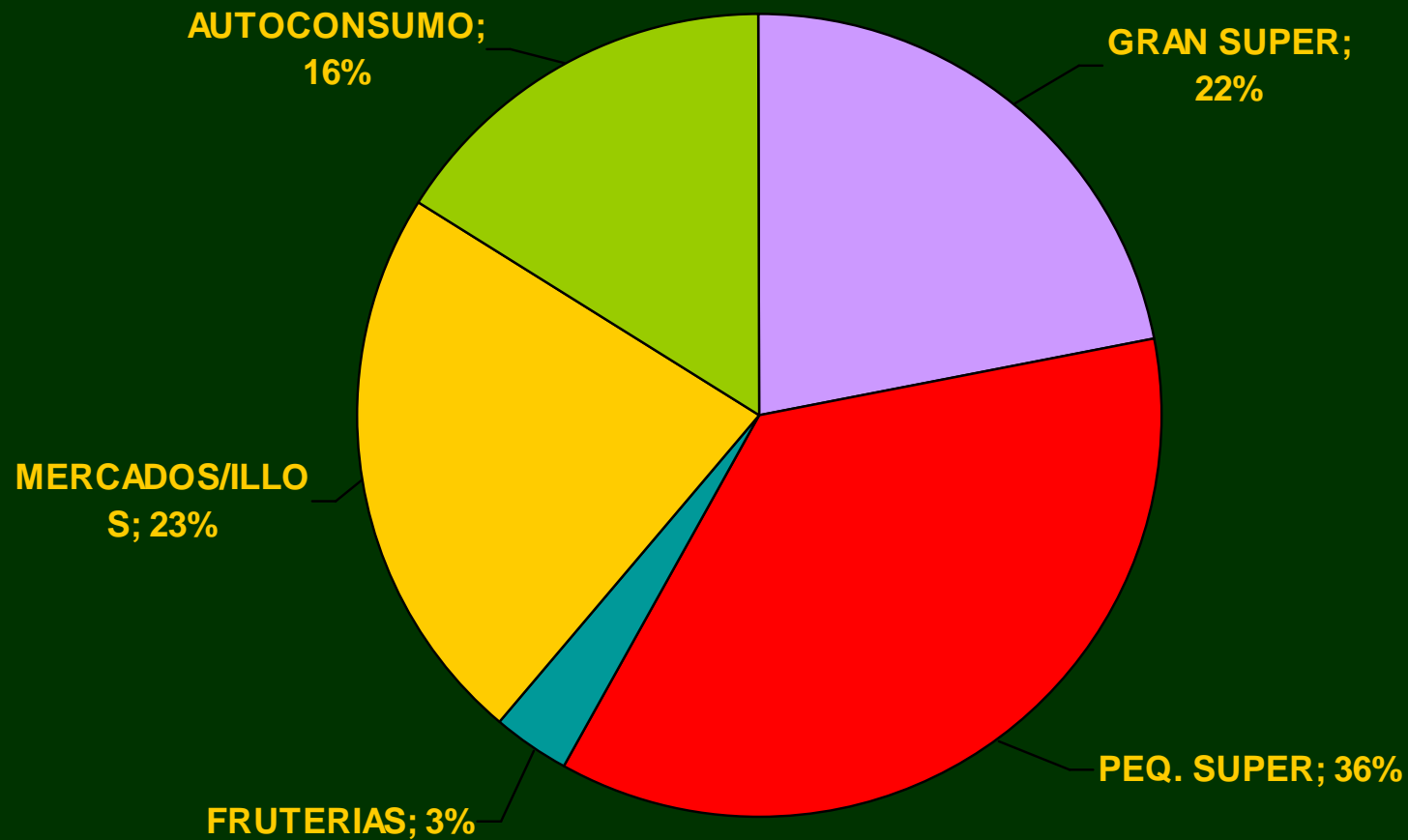
3.1. LA CADENA COMERCIAL (II)



D. Lana. Dic-2006

COCAMPA

3.1. ¿DONDE SE COMPRA?



3.1. EL VALOR AÑADIDO. MARGENES Y COSTES



3.2. ESTIMACION DEL CONSUMO. HORTALIZAS.

	Consumo Nacional AÑO 2003 g/pers · día	Islas Canarias AÑO 2003 g/pers · día	% Canarias/ nacional
Papas	145,00*	200-266*	138-183%
Verduras y Hortalizas	150,08	140,52	94%
Acelgas	4,77	2,38	50%
Ajo	2,60	3,45	133%
Cebolla, Cebolleta y Puerro	18,33	23,89	130%
Coles y Repollo	4,05	4,25	105%
Champiñón y Setas	2,49	2,03	81%
Espárragos	1,62	0,11	7%
Judías Verdes	6,19	5,42	88%
Lechuga y Escarola	15,84	9,40	59%
Pepino	5,53	4,90	89%
Pimientos de todas clases	11,81	10,14	86%
Tomate	37,18	28,03	75%
Otras hortalizas	39,67	46,52	117%

3.2. ESTIMACION DEL CONSUMO ANUAL EN LA PALMA

	Consumo La Palma (kg/día) (70Khab)	Consumo La Palma (kg/año)
ACELGAS	166,6	60.809
AJOS	241,5	88.148
ALCACHOFAS	2,1	767
APIO	2,1	767
BERENJENAS	9,1	3.322
BONIATOS	360,0	131.400
BUBANGOS		
CALABACINES		
CALABAZAS	1.001,0	365.365
CEBOLLAS	1.680,0	613.200
ESPINACAS	10,5	3.833
HABAS VERDES	7,0	2.555
HABICHUELAS	379,4	138.481
LECHUGAS	658,0	240.170
NABOS	3,5	1.278
PEPINOS	343,0	125.195
PIMIENTOS VERDES		
PIMIENTOS ROJOS	709,8	259.077
PUERROS	200,0	73.000
RABANOS	3,5	1.278
TOMATES	1.750,0	638.750
ZANAHORIAS	630,0	229.950
RESTO DE HORTALIZAS	2.174,4	793.656
TOTAL HORTALIZAS =		3.770.998
Consumo de hortalizas medio por habitante		53,87

	Consumo La Palma (kg/día) (70Khab)	Consumo La Palma (kg/año)
AGUACATES	307,2	112.128
ALBARICOQUES DEL	112,0	40.880
CEREZAS/GUINDAS	20,0	7.300
CIRUELAS	420,8	153.592
DURAZNOS/MELOCOTONES	456,0	166.440
FRESAS	151,2	55.188
HIGOS	32,0	11.680
LIMONES COMUN	425,6	155.344
MANDARINAS	325,6	118.844
MANZANAS	2.303,2	840.668
MELONES	800,0	292.000
NARANJAS	3.200,0	1.168.000
PERAS OTRAS	1.360,0	496.400
PIÑA TROPICAL	36,0	13.140
PLATANOS EXTRA	2.720,0	992.800
SANDIA	760,0	277.400
UVAS	355,2	129.648
RESTO DE FRUTAS	2.288,0	835.120
TOTAL FRUTAS		5.866.572
Consumo (kg/año) =		83,81
PAPAS	14.000,0	5.110.000
Consumo de papas medio por habitante (kg/año)		73,00
TOTAL FRUTAS, HORTALIZAS Y PAPAS (kg)		14.747.570

3.2. IMPORTACIONES

MERCANCÍA	Kg.
AGRIOS FRESCOS O SECOS	8.000
ALBARICOQUES (DAMASCOS, INCLUI	839.000
BANANAS O PLATANOS, FRESCOS O	21.000
CEBOLLAS, CHALOTES, AJOS, PUER	228.000
LAS DEMAS HORTALIZAS FRESCAS O	60.000
LOS DEMAS FRUTOS FRESCOS	4.484.000
MANZANAS FRESCAS	12.000
MELONES, SANDIAS Y PAPAYAS, FR	95.000
PATATAS (PAPAS), FRESCAS O REF	495.000
PEPINOS Y PEPINILLOS, FRESCOS	8.000
TOMATES FRESCOS O REFRIGERADOS	22.000
UVAS Y PASAS	85.000
ZANAHORIAS, NABOS, REMOLACHAS	2.000
TOTAL 2005	6.359.000

Datos: Autoridad portuaria. Elaboración Propia

D. Lana. Dic-2006

COCAMPA

3.3. PREFERENCIAS CONSUMO

- De las encuestas realizadas se desprende que el factor que más influye a la hora de elegir las frutas y hortalizas es su aspecto externo (63%) seguido de su origen (27%).
- El mejor precio es el factor decisivo para el 6% de los encuestados y la presentación del envase sólo para el 4%.
- Ante la pregunta: ¿es importante para usted el origen palmero a la hora de elegir las frutas y hortalizas, hasta el punto de pagar un poco más caro el producto?, el 32% dice que es muy importante, el 50% dice que es un poco importante y un 18% dice que no le importa el origen hasta ese punto.
- Ante la pregunta: ¿es importante para usted la producción ecológica a la hora de elegir las frutas y hortalizas, hasta el punto de pagar un poco más caro el producto?, el 27% dice que es muy importante, el 52% dice que es un poco importante y un 21% dice que no le importa
- Lo que queda muy claro en la encuesta es que, el consumidor de La Palma prefiere los productos hortofrutícolas presentados a granel, para elegir las piezas que le interesan, sólo un 5% de los encuestados prefiere las frutas y hortalizas envasadas, mientras que el 89% las prefiere a granel.
- Se observa que las frutas principales que están siempre en la mitad o más de los hogares son las manzanas y las naranjas, seguidas de plátanos, melones, sandías, peras y papayas.
- En el caso de las hortalizas, la cebolla está presente siempre en el 85% de los hogares, seguida del tomate y pimiento verde, calabacines, zanahorias y calabazas.

D. Lana. Dic-2006

3.3. PREFERENCIAS CONSUMO

<u>FRUTAS</u>	SIEMPRE	A VECES	NUNCA		<u>HORTALIZAS</u>	SIEMPRE	A VECES	NUNCA
AGUACATES	26%	35%	39%		ACELGAS	21%	33%	46%
ALBARICOQUES	13%	46%	41%		ARVEJAS/GUISANTE	18%	26%	56%
CASTAÑAS	9%	36%	35%		APIO	18%	24%	58%
CEREZAS	9%	29%	62%		BERENJENAS	13%	34%	53%
CIRUELAS	28%	49%	23%		BERROS	17%	30%	53%
FRESAS/FRESONES	22%	49%	29%		BONIATOS/BATATAS	42%	38%	20%
HIGOS	11%	25%	64%		BRECOL/BROCCOLI	10%	21%	69%
LIMONES	35%	32%	33%		BUBANGOS	53%	23%	23%
MANDARINAS	36%	40%	24%		CALABACINES	65%	23%	12%
MANGOS	24%	40%	36%		CALABAZAS	61%	24%	15%
MANZANAS	59%	30%	11%		CEBOLLAS	85%	11%	4%
MELOCOTONES/DURAZ.	39%	41%	20%		CEBOLLETAS	25%	20%	55%
MELONES	47%	38%	15%		CHAYOTAS	30%	29%	41%
NECTARINAS	26%	45%	29%		COLES REPOLLO	40%	34%	26%
NISPEROS	8%	22%	70%		COLES LOMBARDAS	14%	22%	64%
NARANJAS	57%	21%	22%		COLES CHINAS	5%	10%	85%
PAPAYAS	43%	25%	32%		COLES DE BRUSELAS	8%	13%	79%

3.4. PRODUCCION 2006

PRODUCTO	VOLUMEN (kg)	IMP LIQ	PRECIO M. LIQ.
TOTAL 2006	4.332.523	3.344.658,62 €	0,77 €
NARANJAS	1.248.267	458.159,78 €	0,37 €
AGUACATES	1.228.857	1.551.417,97 €	1,26 €
PAPAS	492.634	232.084,82 €	0,47 €
LECHUGAS	168.201	162.402,31 €	0,97 €
TOMATES	122.048	87.507,25 €	0,72 €
CHAYOTAS	105.446	27.422,99 €	0,26 €
CEBOLLAS	90.594	48.990,46 €	0,54 €
PIMIENTOS	88.890	71.385,56 €	0,80 €
CALABAZAS	81.534	31.872,95 €	0,39 €
PIÑA TROPICAL	81.317	120.444,64 €	1,48 €
PAPAYAS	68.464	41.926,36 €	0,61 €
COLES	68.138	34.957,70 €	0,51 €
ZANAHORIAS	55.774	45.904,80 €	0,82 €
ÑAME	53.201	45.331,77 €	0,85 €
PEPINOS	47.146	30.957,50 €	0,66 €
BUBANGOS	39.783	33.494,85 €	0,84 €
MANGOS	38.167	72.930,65 €	1,91 €
MANDARINAS	34.577	27.314,09 €	0,79 €
CALABACINES	31.018	25.213,49 €	0,81 €
PUERROS	29.361	33.149,40 €	1,13 €
BONIATOS	26.402	26.254,92 €	0,99 €
HABICHUELAS	23.106	39.843,69 €	1,72 €
LIMONES	20.001	8.369,74 €	0,42 €
CIRUELAS	15.302	10.263,50 €	0,67 €
MELONES	11.872	7.783,20 €	0,66 €
PIÑA DE MILLO	7.580	7.908,93 €	1,04 €
COLIFLORES	6.292	6.719,06 €	1,07 €
MANZANAS	6.030	4.140,22 €	0,69 €
SANDIAS	5.509	3.576,17 €	0,65 €
PEREJIL	5.471	10.817,80 €	1,98 €

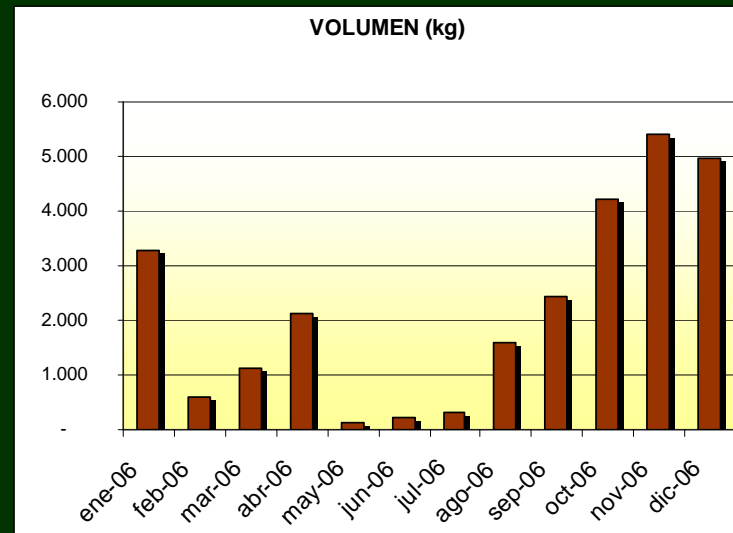
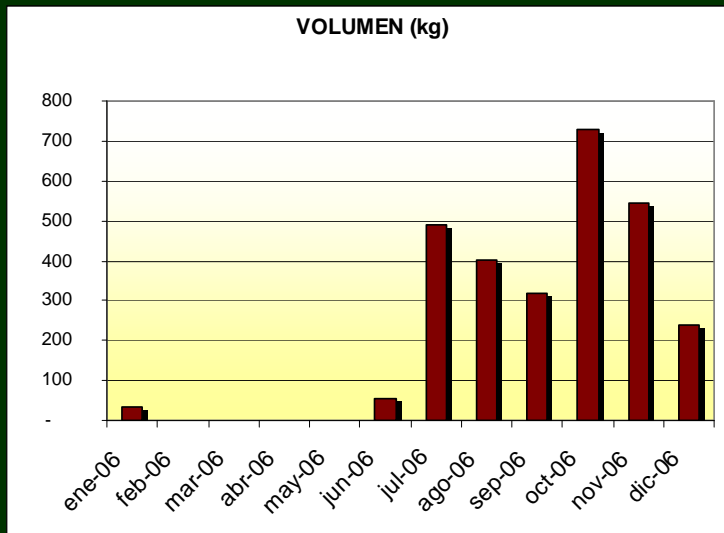
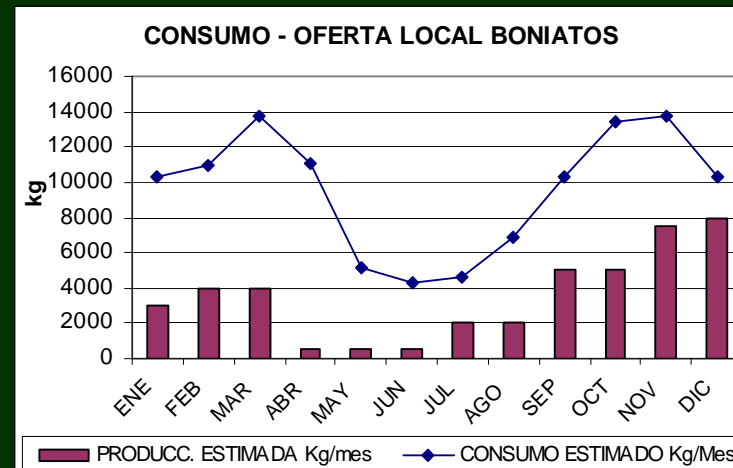
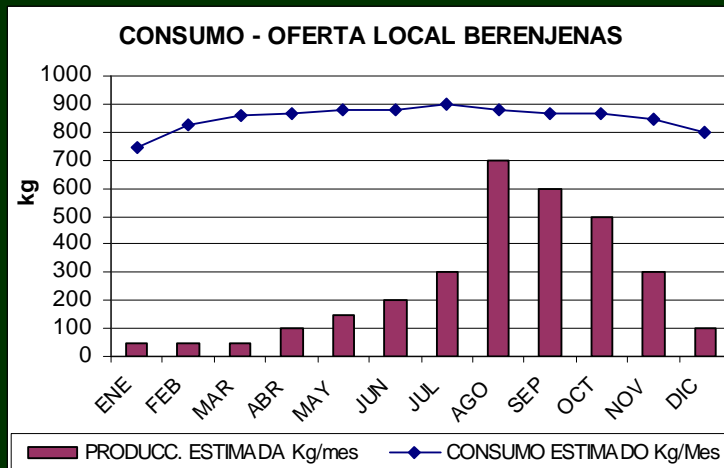
PRODUCTO	VOLUMEN (kg)	IMP LIQ	PRECIO M. LIQ.
TOTAL 2006	4.332.523	3.344.658,62 €	0,77 €
PERAS	5.104	2.932,04 €	0,57 €
TUNOS	3.925	3.288,09 €	0,84 €
UVA DE MESA	3.254	3.515,72 €	1,08 €
ACELGAS	3.142	1.502,96 €	0,48 €
BERENJENAS	2.815	1.732,36 €	0,62 €
HIERBAS	2.523	6.985,08 €	2,77 €
ALMENDRAS	2.391	3.453,78 €	1,44 €
DURAZNOS	1.981	1.821,53 €	0,92 €
FRESAS	1.552	3.917,04 €	2,52 €
ESPINACAS	1.252	1.188,17 €	0,95 €
PERA-MELON	823	1.701,54 €	2,07 €
BERROS	499	492,62 €	0,99 €
SETAS	448	1.030,12 €	2,30 €
JUDIAS EN VAINA	443	645,61 €	1,46 €
POMELOS	286	245,88 €	0,86 €
REMOLACHAS	237	195,64 €	0,83 €
CHIRIMOYAS	178	209,55 €	1,18 €
PARCHITAS	140	137,20 €	0,98 €
AJI DULCE	111	663,18 €	5,98 €
GRANADAS	94	92,93 €	0,99 €
HABAS	72	46,35 €	0,65 €
GUAYABAS	65	47,11 €	0,73 €
NUECES	48	71,04 €	1,48 €
APIO	43	43,47 €	1,02 €
REMOLACHA	37	23,12 €	0,63 €
PANTANAS	33	21,59 €	0,65 €
BRECOL	30	53,38 €	1,78 €
CASTAÑAS	15	22,20 €	1,48 €
HIGOS	6	14,88 €	2,48 €
GUINDAS	3	17,94 €	5,98 €

D. Lana. Dic-2006

COCAMPA

4.1. OFERTA LOCAL Y DEMANDA

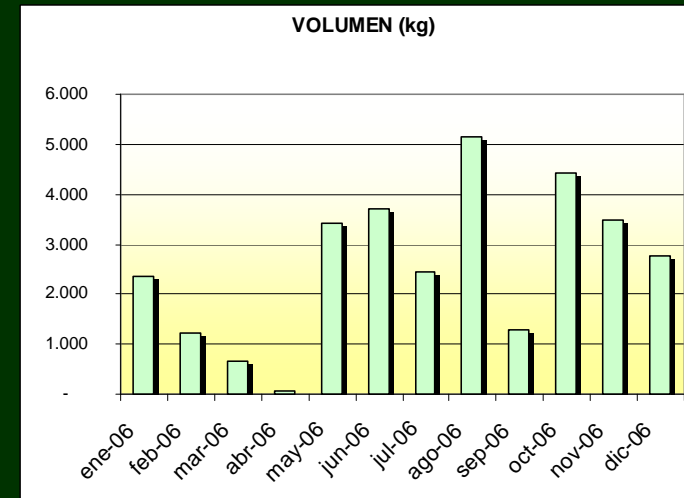
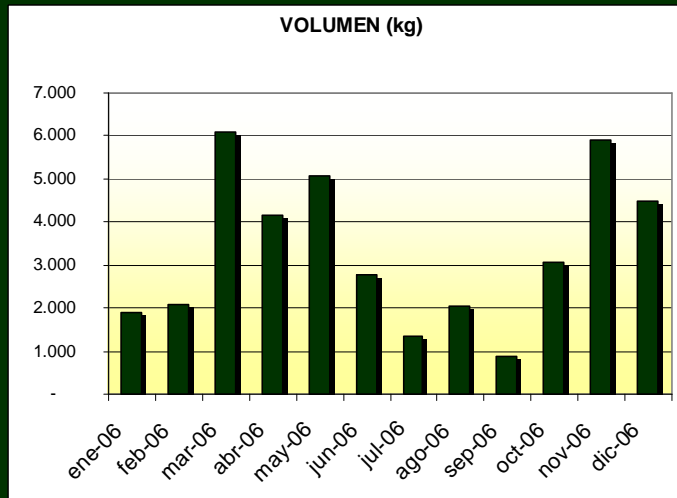
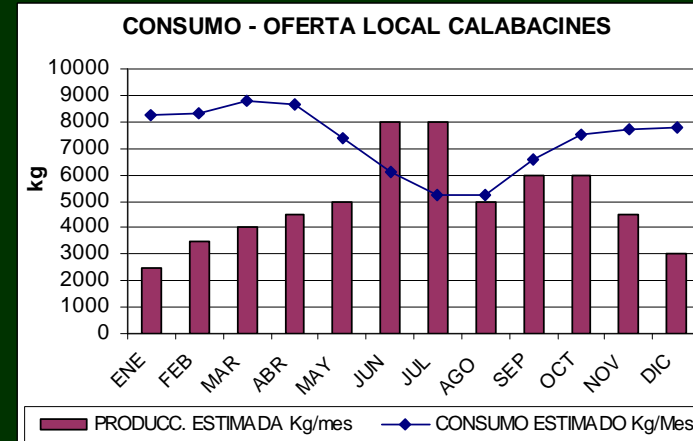
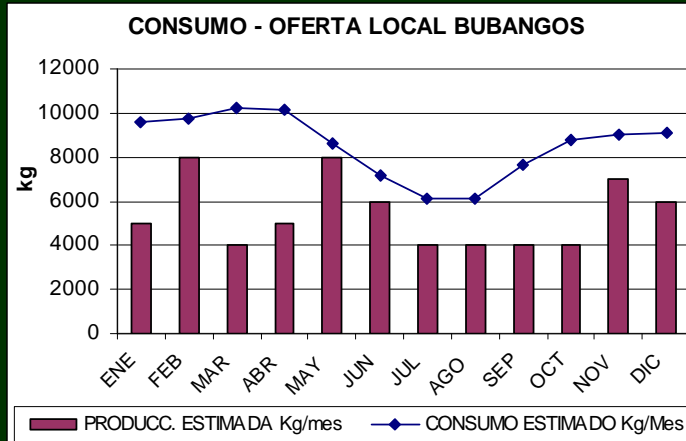
1. BERENJENAS Y BONIATOS



D. Lana. Dic-2006

4.1. OFERTA LOCAL Y DEMANDA

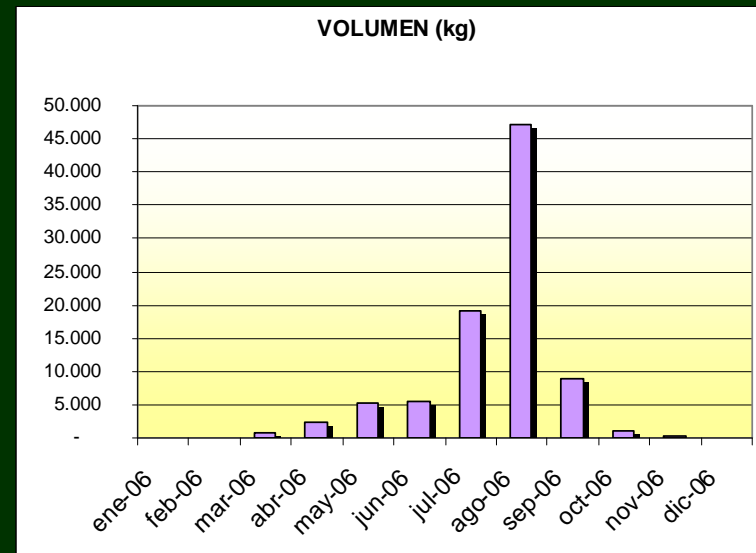
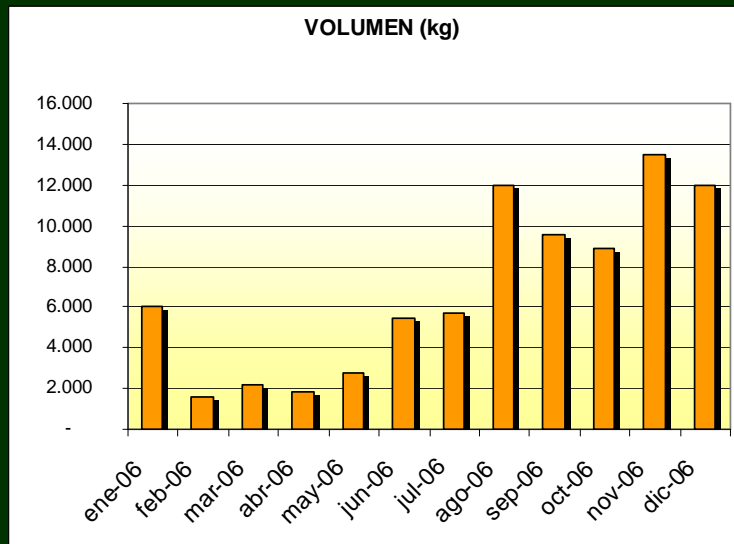
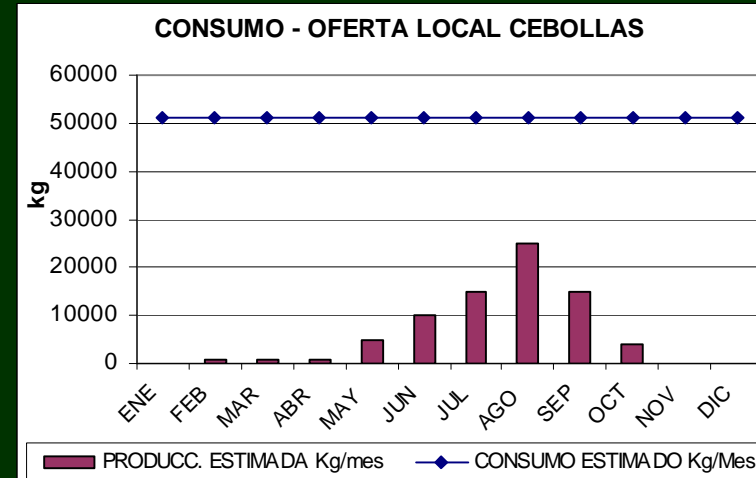
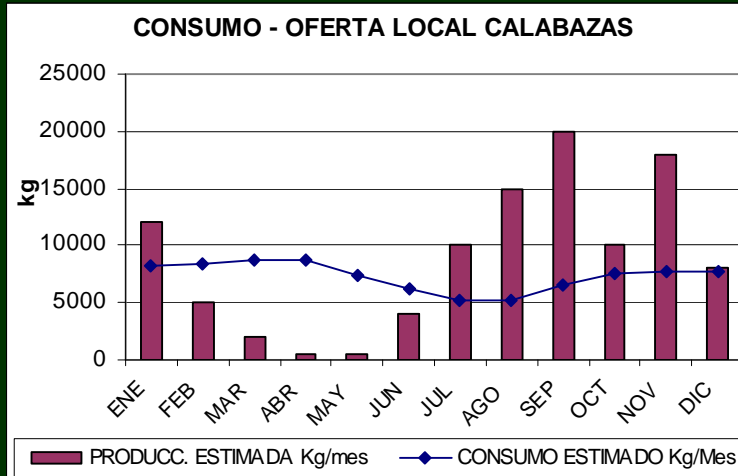
2. BUBANGOS Y CALABACINES



D. Lana. Dic-2006

4.1. OFERTA LOCAL Y DEMANDA

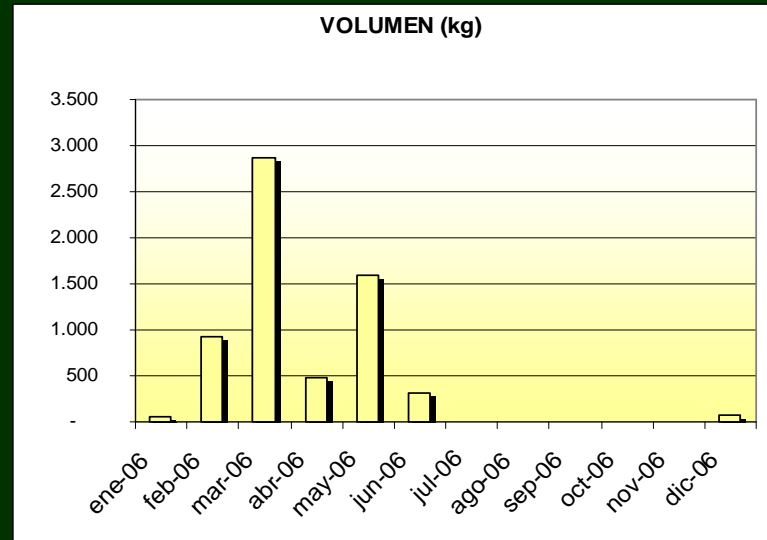
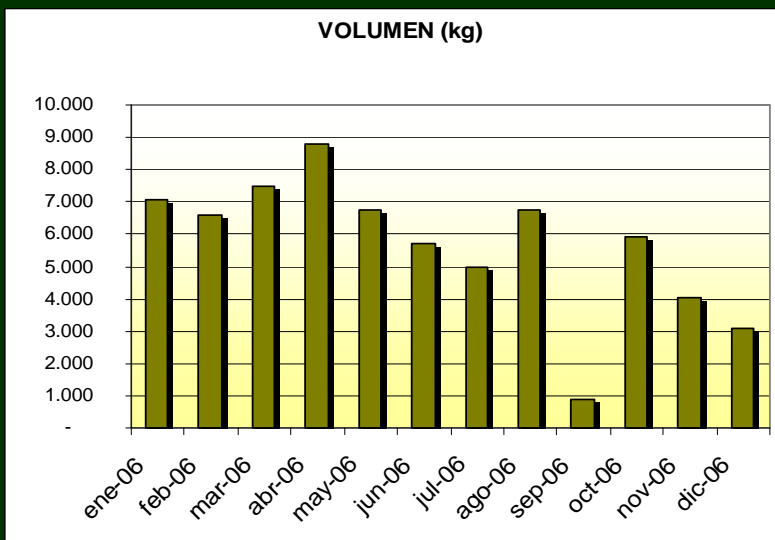
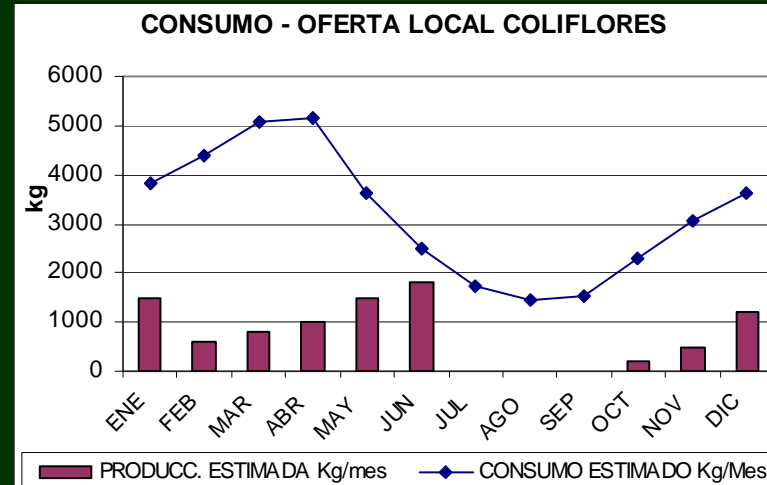
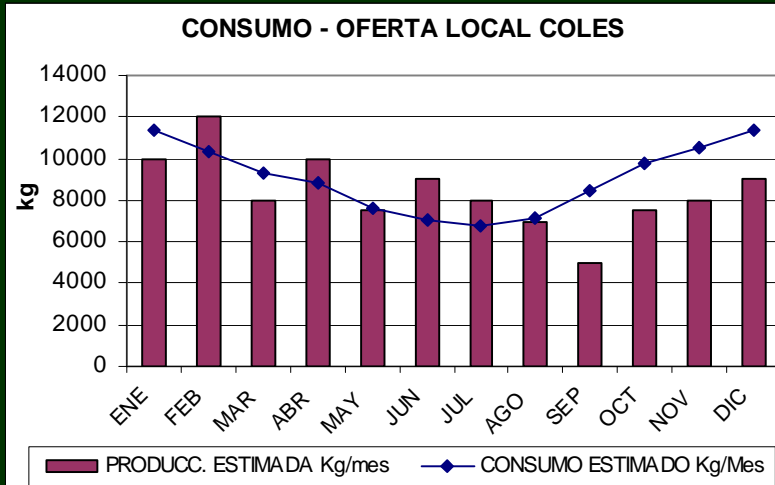
3. CALABAZAS Y CEBOLLAS



D. Lana. Dic-2006

4.1. OFERTA LOCAL Y DEMANDA

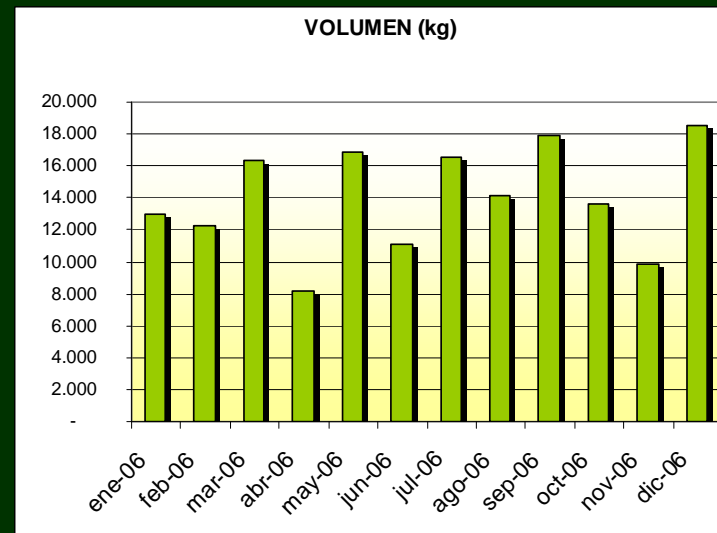
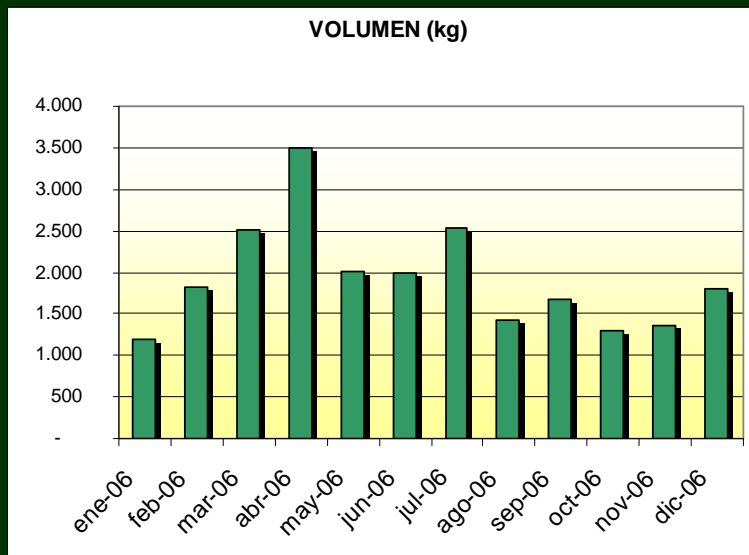
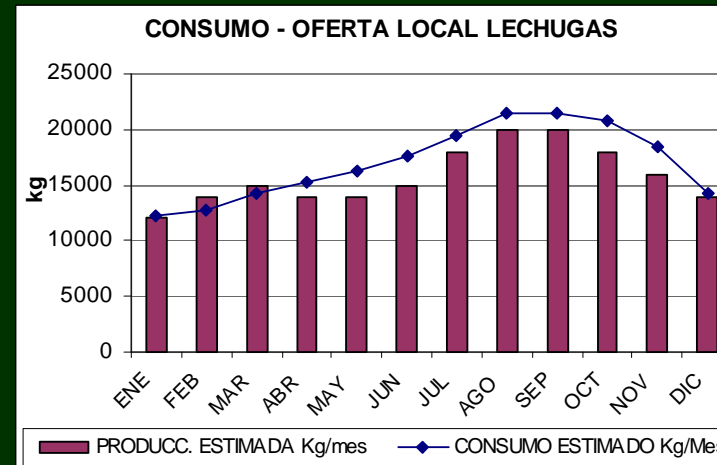
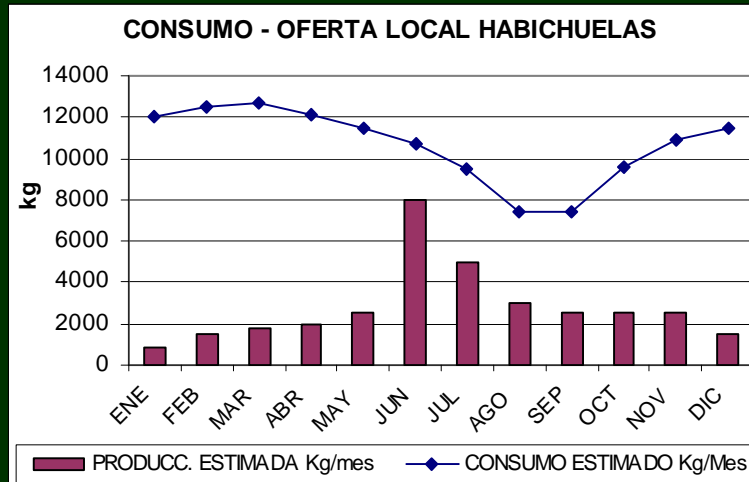
4. COLES Y COLIFLORES



D. Lana. Dic-2006

4.1. OFERTA LOCAL Y DEMANDA

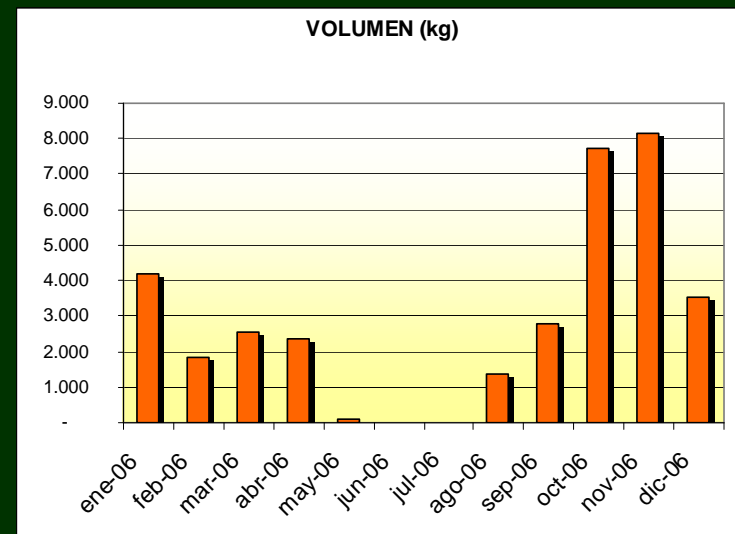
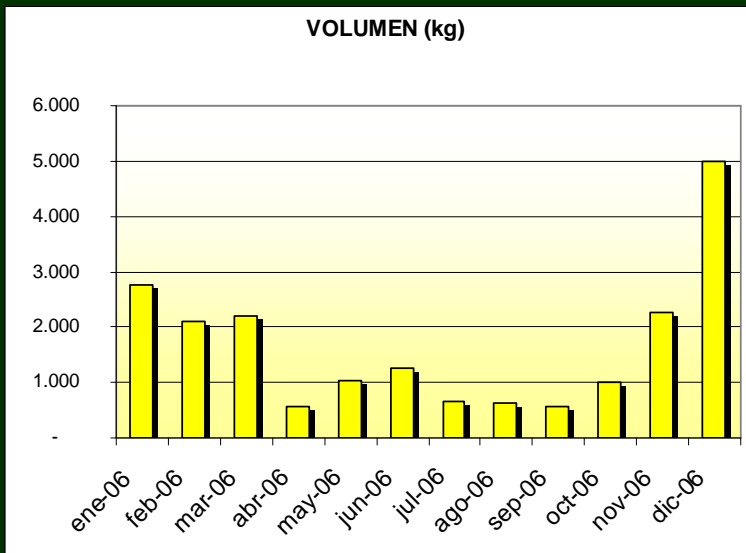
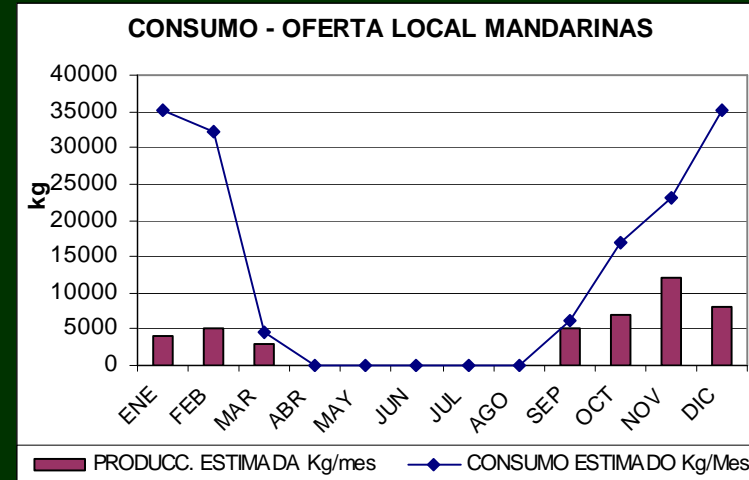
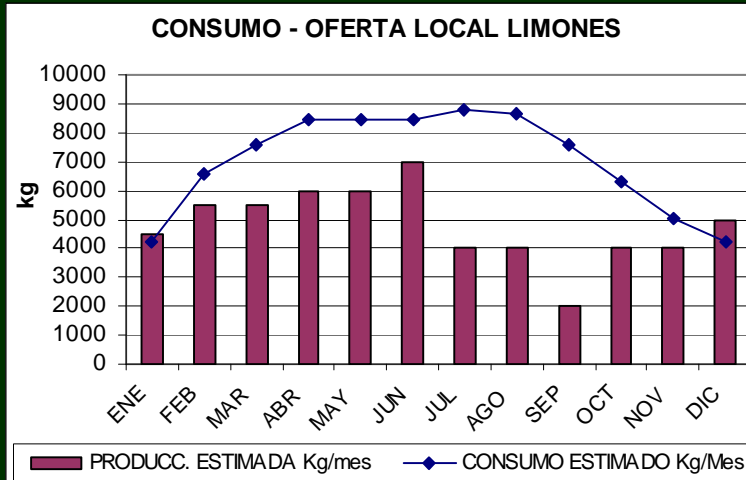
5. HABICHUELAS Y LECHUGAS



D. Lana. Dic-2006

4.1. OFERTA LOCAL Y DEMANDA

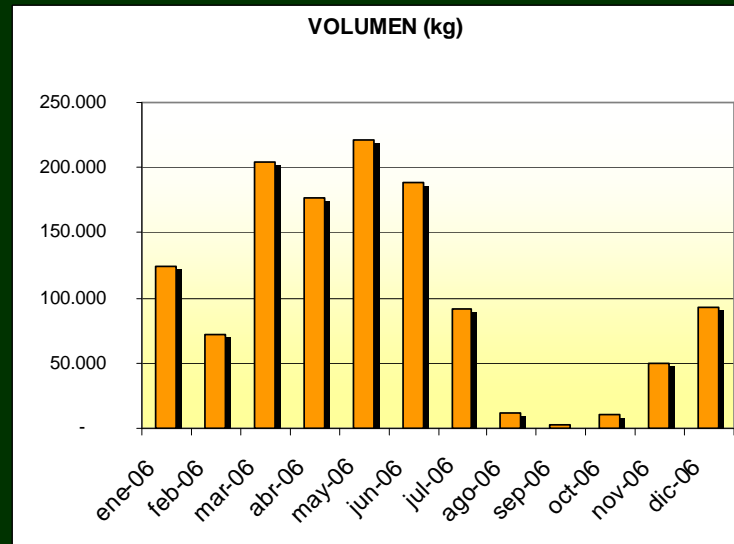
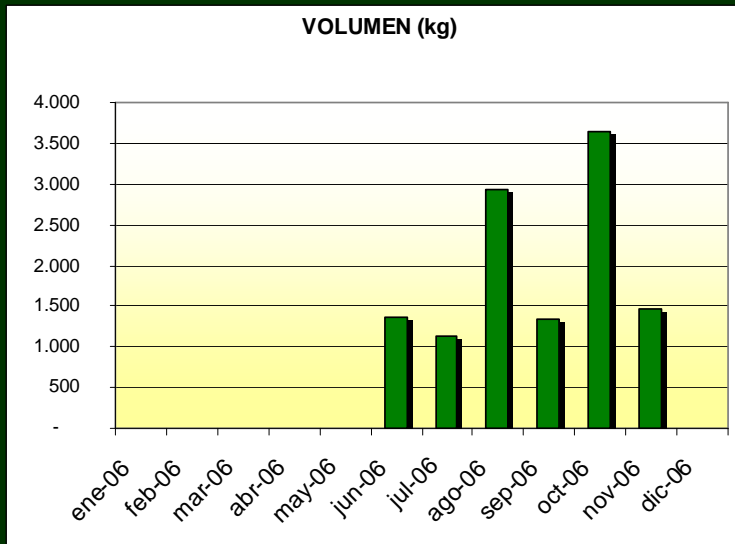
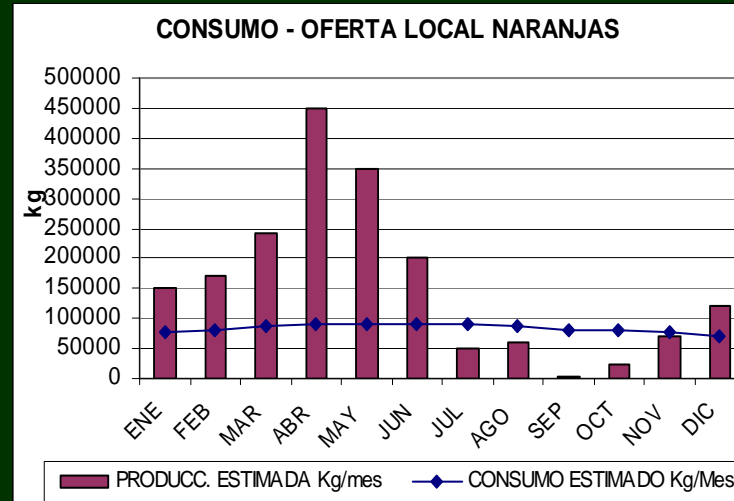
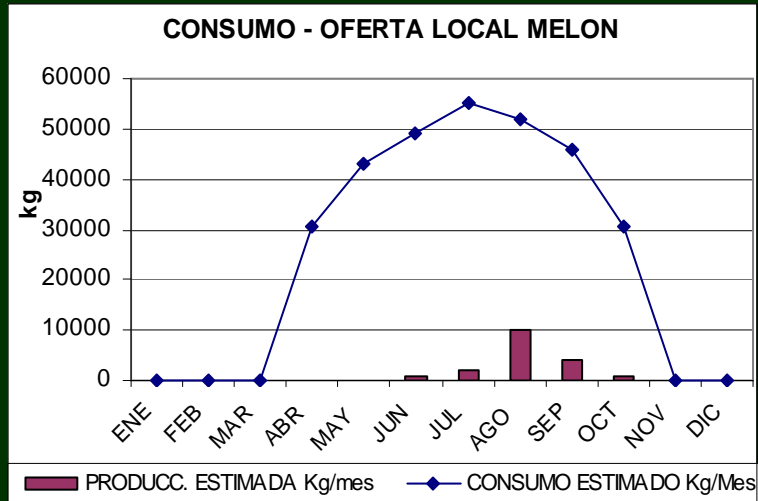
6. LIMONES Y MANDARINAS



D. Lana. Dic-2006

4.1. OFERTA LOCAL Y DEMANDA

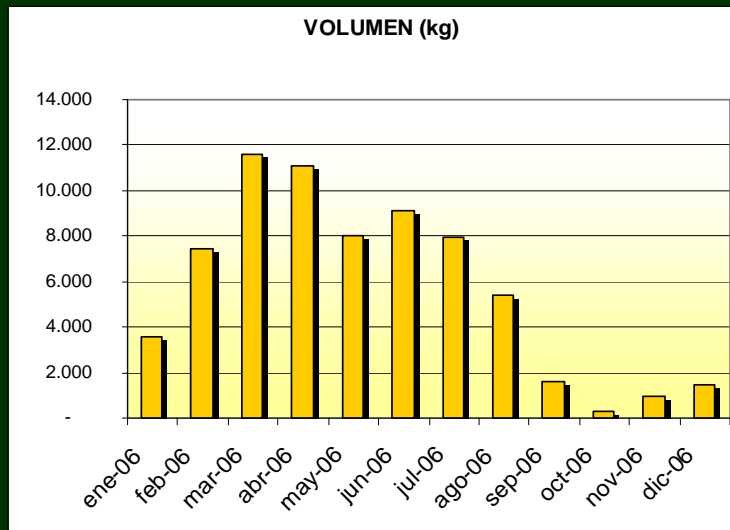
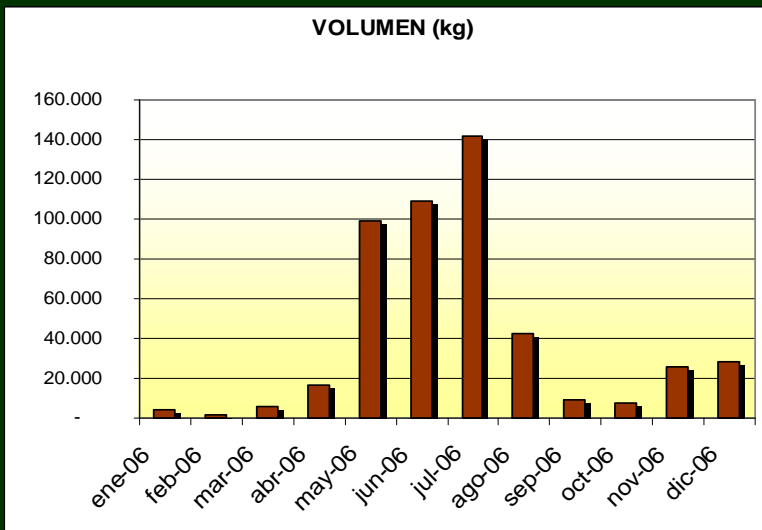
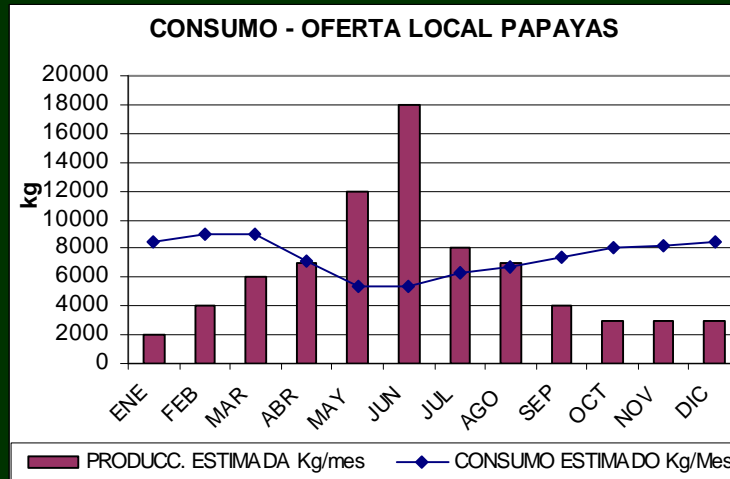
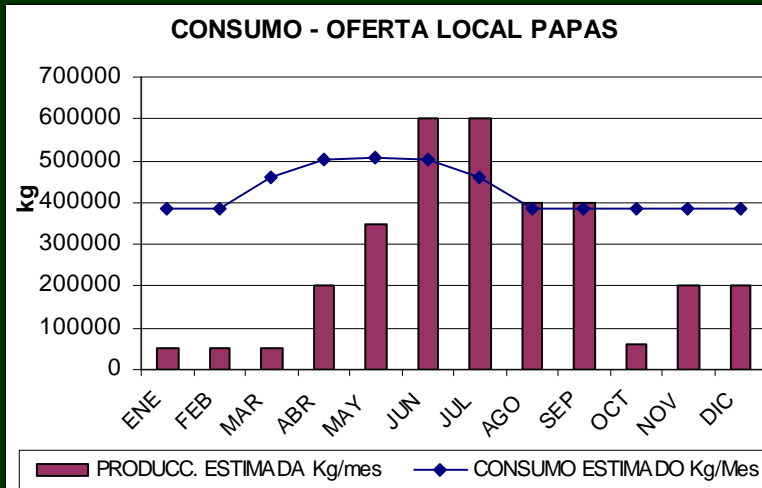
7. MELONES Y NARANJAS



D. Lana. Dic-2006

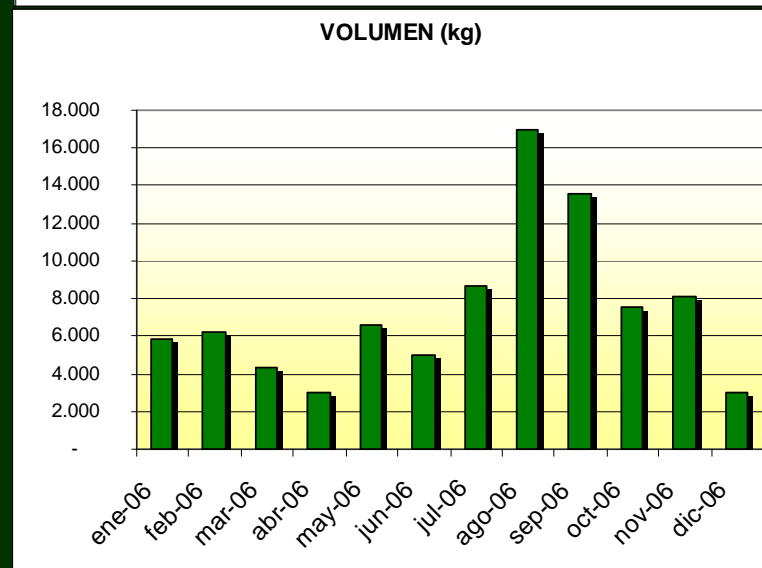
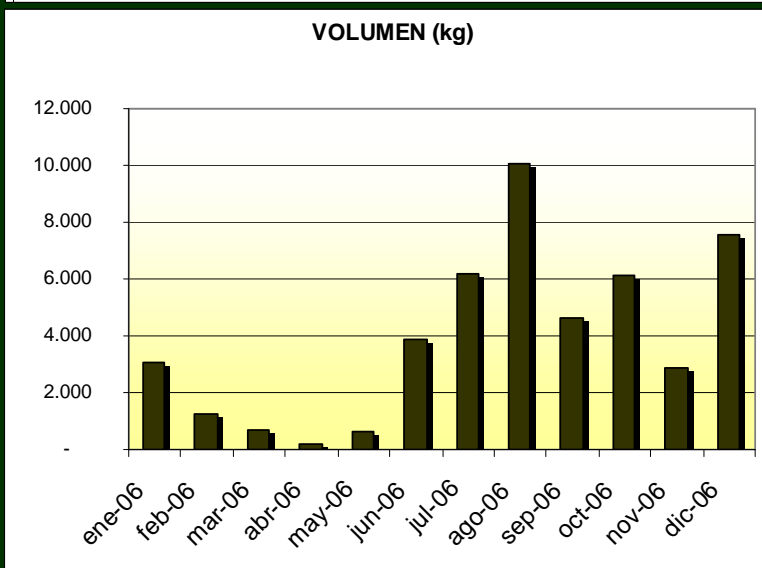
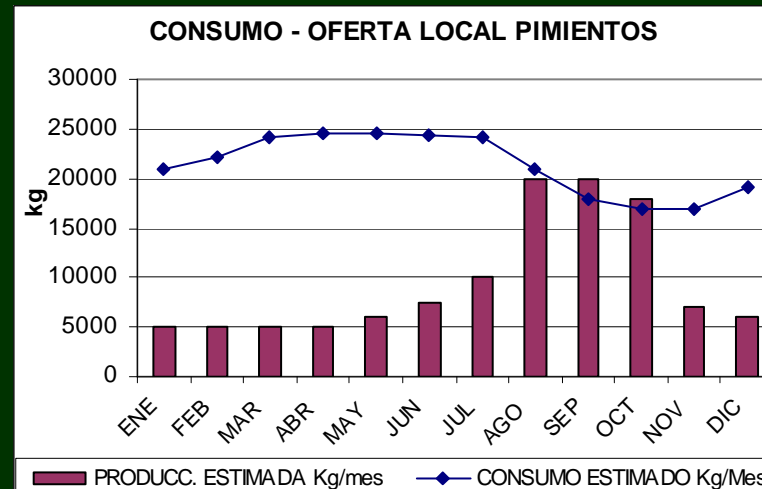
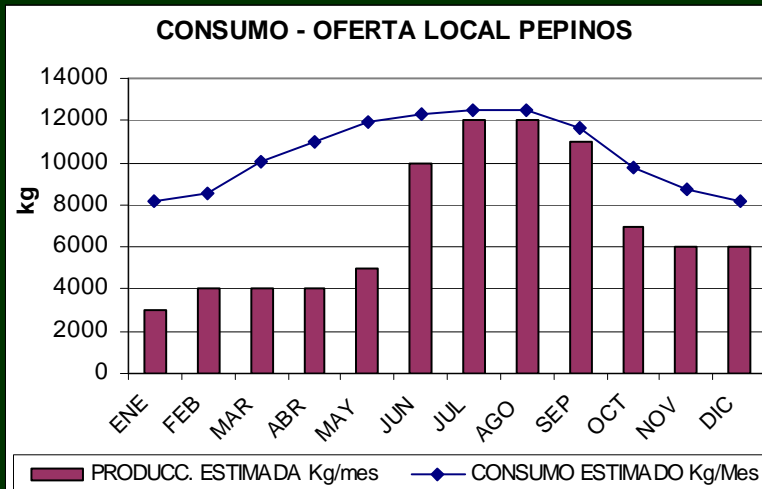
4.1. OFERTA LOCAL Y DEMANDA

8. PAPAS Y PAPAYAS



4.1. OFERTA LOCAL Y DEMANDA

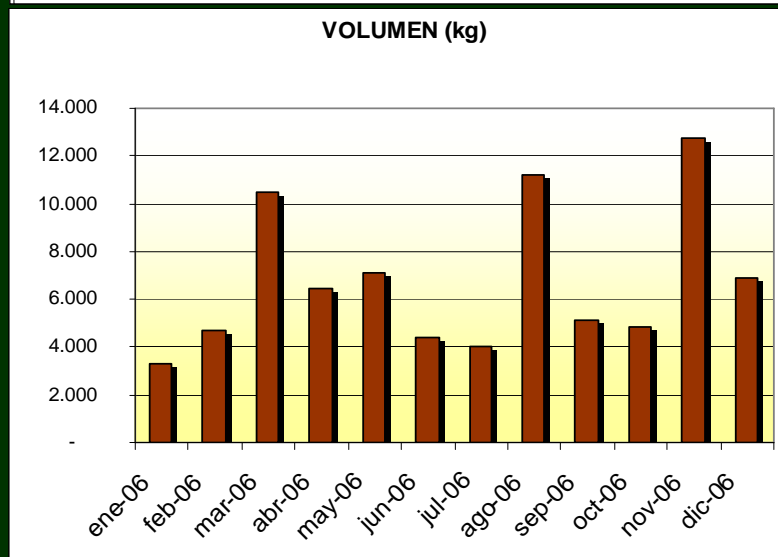
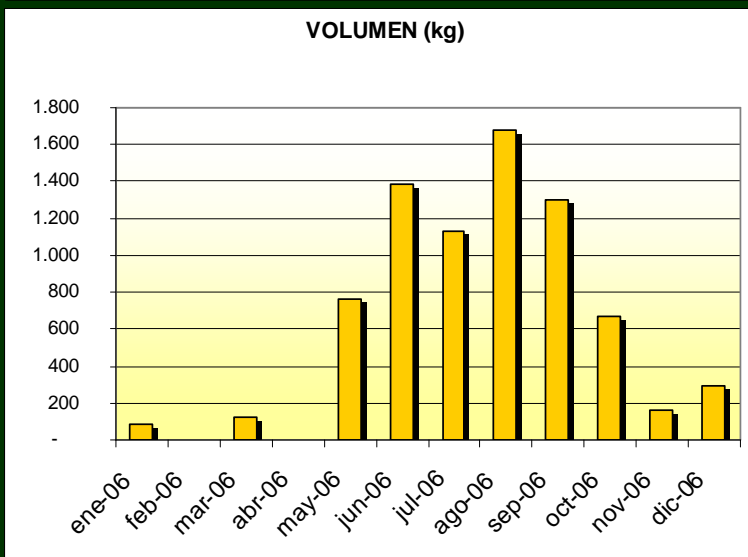
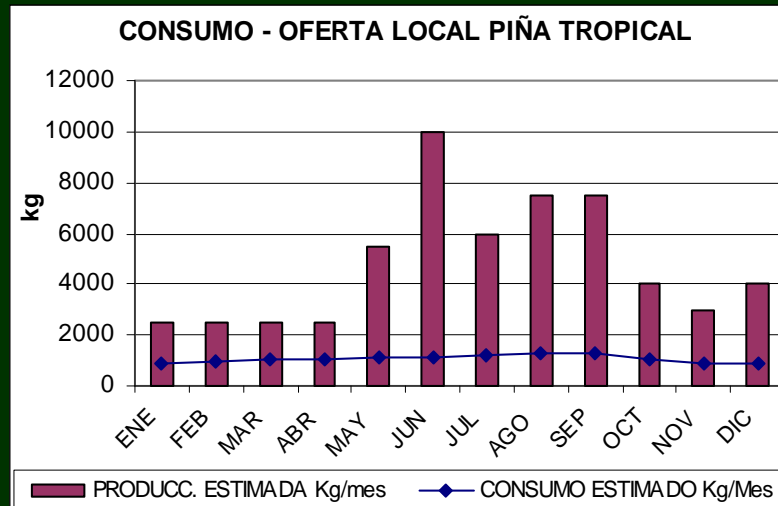
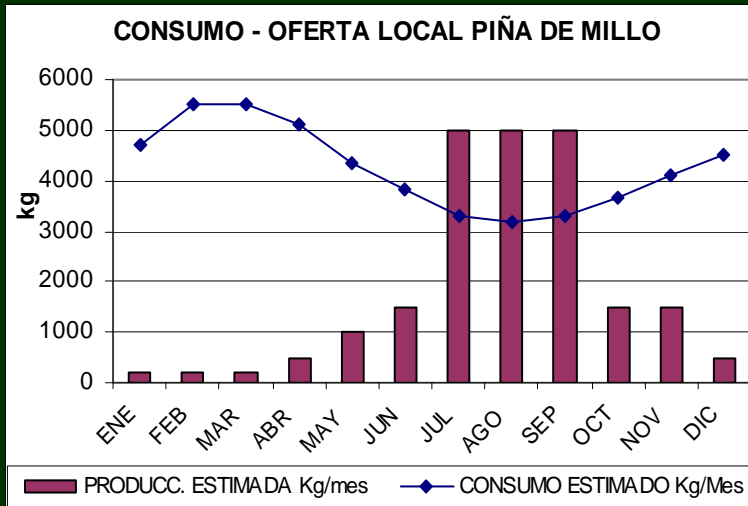
9. PEPINOS Y PIMIENTOS



D. Lana. Dic-2006

4.1. OFERTA LOCAL Y DEMANDA

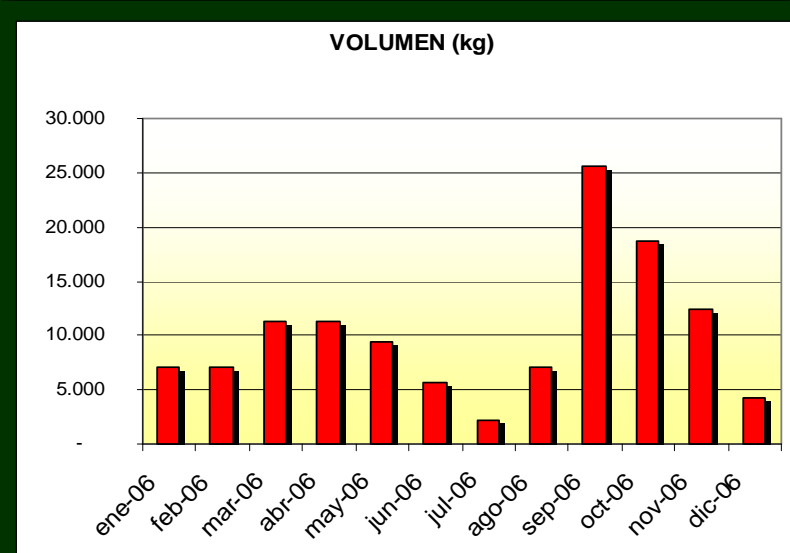
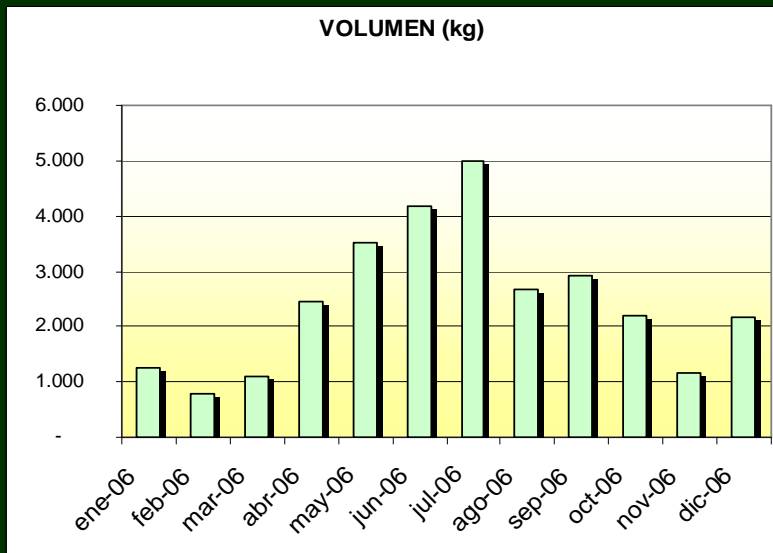
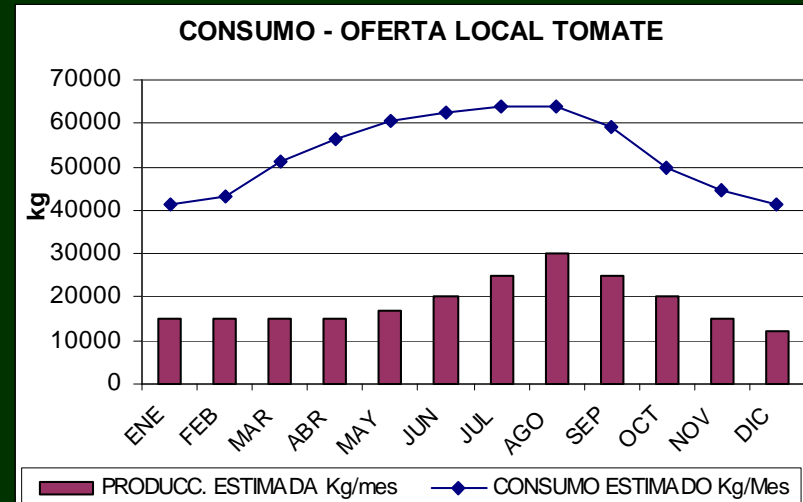
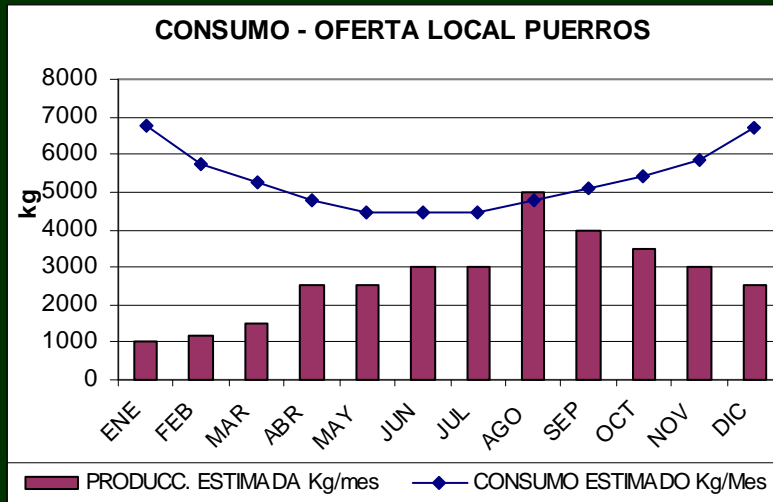
10. PIÑA DE MILLO/MAIZ Y P. TROPICAL



D. Lana. Dic-2006

4.1. OFERTA LOCAL Y DEMANDA

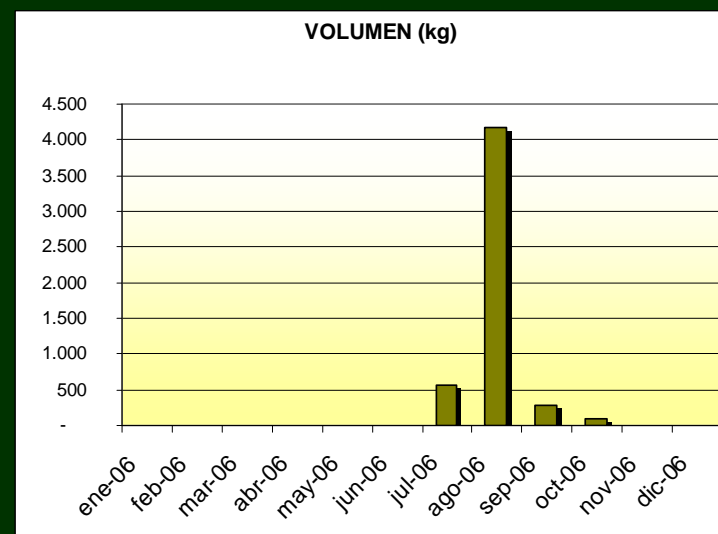
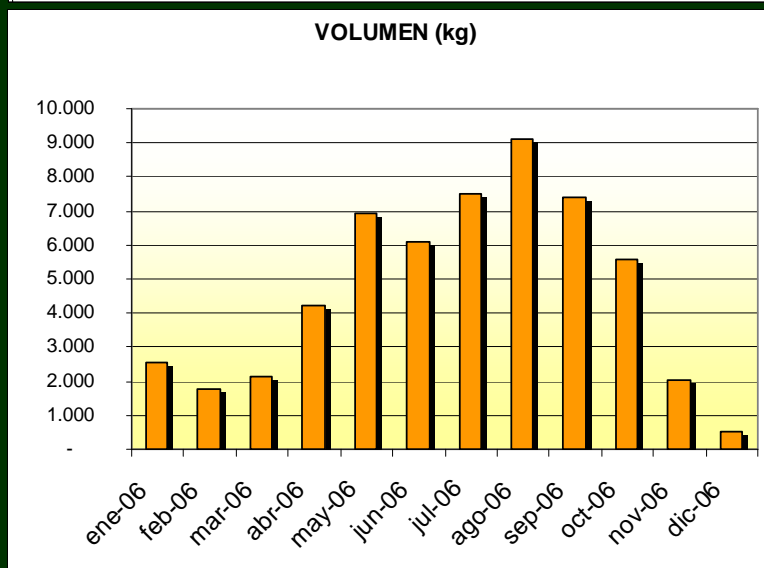
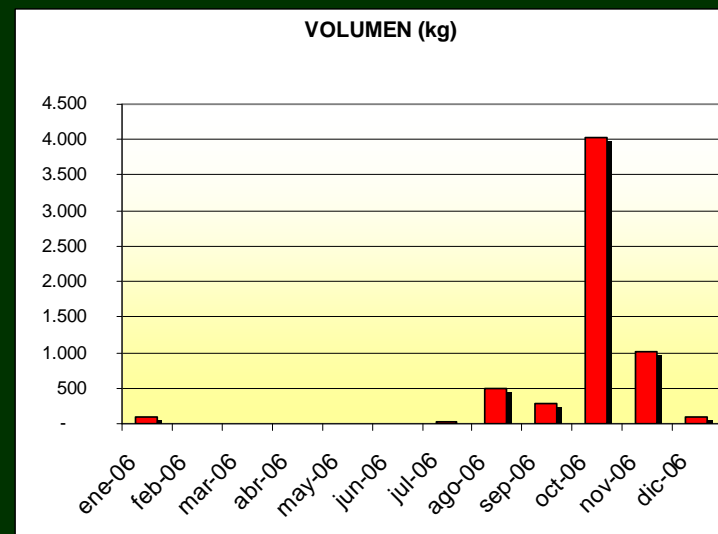
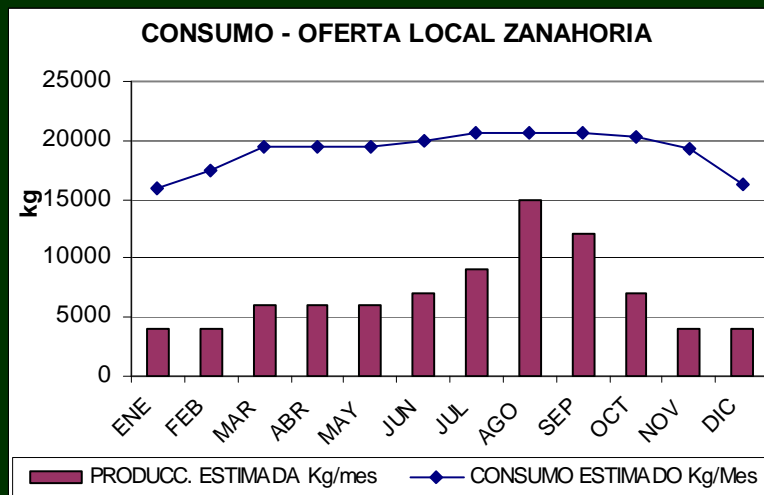
11. PUERROS Y TOMATES



D. Lana. Dic-2006

4.1. OFERTA LOCAL Y DEMANDA

12. ZANAHORIAS, MANZANAS Y PERAS



D. Lana. Dic-2006

5. CONCLUSIONES (I)

- ✓ El mercado de La Palma es muy pequeño. ventajas e inconvenientes.
- ✓ El coste de envases y transportes elevados. Iniciativa local posible.
- ✓ Exportar un producto a TF o GC, cuesta 0,12 y 0,24€/kg, sólo transporte y cartón.
- ✓ Es posible incrementar la producción local de los productos que más se importan, cumpliendo mínimos de calidad.
- ✓ Es necesaria una correcta identificación de los productos locales.
- ✓ El consumidor valora el producto local hasta pagar un poco más.
- ✓ El consumidor final confunde a menudo productos locales e importados.

5. CONCLUSIONES (y II)

- ✓ Diversos productos originarios de la isla son comercializados sin cumplir un mínimo de calidad, estas prácticas deben eliminarse totalmente ya que desprestigian al resto de producciones.
- ✓ Los rendimientos de las explotaciones son bajos, no son muy intensivas, esto es un problema por incrementarse los costes unitarios, pero puede ser una ventaja si se convence de la mayor calidad intrínseca del producto y ésta es real.
- ✓ Las políticas públicas de ayudas y la realidad del mercado no siempre van en sintonía. Viabilidad económica a largo plazo.
- ✓ No tiene sentido gastar recursos en el fomento del consumo de productos locales mientras la identificación de los mismos no sea la adecuada.
- ✓ La identificación y homogeneización de los mismos no será adecuada si no se cuenta con un/os ente/s, como la OPFH Cocampa, o la Central Hortofrutícola u otros privados, que se encarguen de la clasificación, etiquetado y envasado de los productos destinados al consumo local.

FIN