

La recolección, casi siempre manual, requiere un número elevado de horas de trabajo y, por tanto, incrementa los costes de producción.

La coliflor, a examen

La Rioja dispone de la cuarta parte de superficie nacional de coliflor y lidera el mercado español con una producción de 55.238 toneladas

El sector comercializador es decisivo en la orientación de los precios en el mercado nacional al controlar casi el 20% de la coliflor importada, además de la producción autóctona

Texto y fotografías: **Sección de Estadística**

Los almacenistas asentados en el mercado de Calahorra comercializan la mayor parte de la producción riojana.

Es la única hortícola que no ha menguado en importancia en la última década. Más bien al contrario. Mientras otros cultivos de huerta han ido reduciendo su superficie en favor de productos más rentables o con mayor grado de mecanización, la extensión de coliflor ha permanecido estabilizada en torno a las 2.500 hectáreas desde 1990. Hoy, La Rioja dispone de la cuarta parte de la superficie nacional de coliflor y lidera el mercado español, con una producción de 55.238 toneladas. También es el segundo producto hortícola con mayor peso económico de la región:

2.521 millones de pesetas en la Producción Total Agraria de 1998. Sólo el vino, el champiñón, la pataca y el trigo superan a esta hortaliza en ingresos anuales. Este brillante currículo se ha forjado tras años de tradición e innovación en la ribera de La Rioja Baja, con Calahorra como centro neurálgico, junto con Alfaro y Rincón de Soto. Precisamente, este liderato permite al sector comercializador ejercer su fuerza en la orientación de precios en el mercado nacional. Esta capacidad negociadora no sólo se debe a la producción autóctona: La Rioja también distribuye al resto de mercados el 19% de la coliflor importada que, básicamente, procede de Francia.

La Sección de Estadística de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural ha elaborado un amplio estudio sobre la coliflor en el que se muestran algunas claves para afrontar el futuro del sector aprovechando la situación de privilegio que vive actualmente. A la alta calidad del producto, el conocimiento técnico y la profesionalización de los agricultores, además de la influencia nacional del sector comercializador, se contrapone la fuerte competencia que ejercen otras regiones productoras, dentro y fuera del país, y otros productos agrarios de alta rentabilidad. El estudio propone un plan estratégico para actuar en tres puntos: mejorar la estructura productiva, reorganizar el sector para favorecer la interacción entre productores y almacenistas y crear una marca de calidad que revalorice el producto aprovechando el prestigio de su origen.



La agricultura riojana ha tenido un papel transcendental en el panorama agrario nacional, ya que, aunque con producciones modestas debido a las limitaciones geográficas, la calidad y la originalidad de muchos de sus productos han proporcionado su conocimiento y reconocimiento nacional e internacional.

Las hortalizas riojanas, apoyadas en una industria conservera que dio sus primeros pasos en La Rioja a finales del siglo pasado, están asociadas al concepto de "calidad" en todos los mercados.

Sin embargo, en los últimos años el sector agrario ha presentado unos cambios de gran trascendencia, entre los que destacan la gran competencia que existe por conseguir cotas de mercado y poder vender los diferentes productos. Hoy, de poco sirve producir si no se sabe vender. Las técnicas de marketing y de análisis de mercado, por tanto, son imprescindibles para lograr este objetivo.

En este contexto, las hortalizas de La Rioja siguen gozando de un gran prestigio, pero cada día tienen mayores dificultades para colocarse en los mercados y, más, con unos niveles apreciables de rentabilidad. Si a esto se añade que las tendencias productivas presentan un escenario con superficies de cultivo -y producciones- decrecientes, es preciso buscar fórmulas que permitan mantener, e incrementar en su caso, los productos que presentan un atractivo y potencial probados en la oferta hortícola de La Rioja. Este es el caso de la coliflor.

Superficie y producción

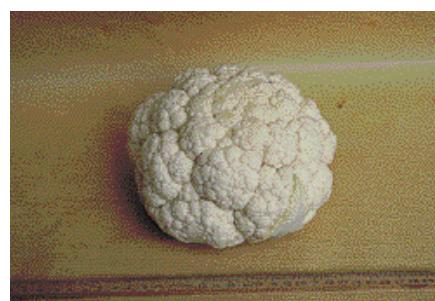
La Rioja es la comunidad autónoma con mayor superficie y producción de coliflor en el contexto nacional (ver cuadros 1 y 2). De las 10.142 hectáreas cultivadas en todo el territorio en 1999, 2.455 hectáreas correspondieron a La Rioja, lo que supone el 24,21% de la superficie de cultivo. En cuanto a producción, esta comunidad autónoma generó 55.238 tm de las 217.991 tm producidas en España; es decir, el 25,32%. Por tanto, La Rioja representa la cuarta parte de la superficie nacional de coliflor liderando, así, el mercado español.



Variedad 1.821



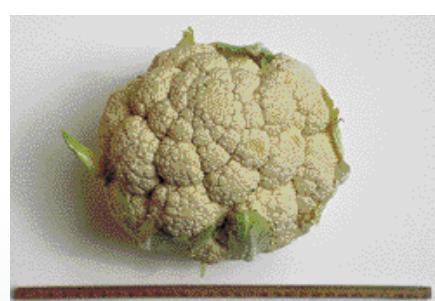
Variedad Tucson



Variedad Armetta



Variedad Cafano



Variedad 5090



Variedad Arven



Variedad Kerjo

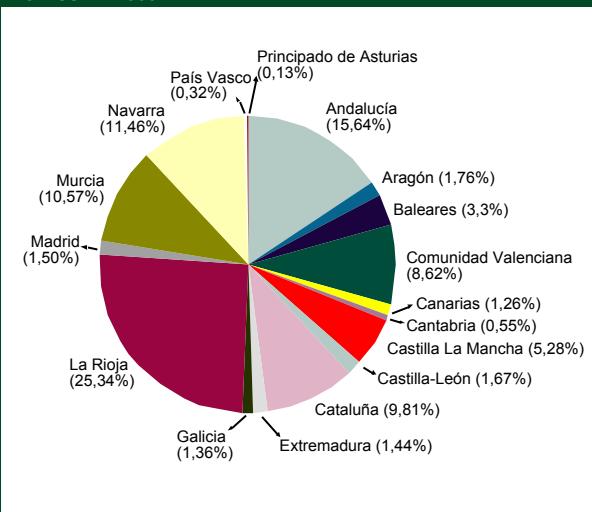


Variedad Daydream

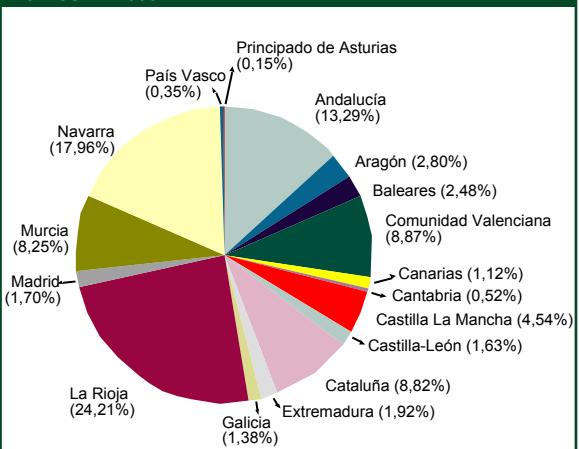
De la misma manera, esta hortaliza se hace fuerte en la agricultura riojana, ya que ha pasado de significar en 1990 el 2,52% de los cultivos herbáceos al 3,19% en 1999 y, en relación exclusiva con la horticultura: del 16,77% al 22,52% en el mismo periodo (cuadro 3). Se trata del segundo producto hortícola en importancia económica de la región, detrás del champiñón, con un valor de 2.521 millones de pesetas en la Producción Total Agraria de 1998.

Al igual que ha ocurrido en el ámbito nacional, la superficie de cultivo regional ha sido de relativa estabilidad durante el periodo 1994-1999; sin embargo, mientras que en el resto de España se ha experimentado un incremento del 10,8% en superficie y del 17,6% en producción, en La Rioja se han perdido 100 hectáreas en esos cinco años. Al analizar los datos, se observa una secuencia de crecimiento hasta 1998; un año más tarde, sin embargo, se pierden casi 400 hectáreas de cultivo.

CUADRO 1.
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE PRODUCCIÓN DE COLIFLOR
POR CCAA. 1999



CUADRO 2.
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE SUPERFICIE DE COLIFLOR
POR CCAA. 1999



Este liderazgo se ha forjado tras años de tradición y esfuerzo en la ribera de la Rioja Baja, con Calahorra como centro neurálgico, junto con Alfaro y Rincón de Soto.

Otras zonas productoras

Existen otras zonas en el ámbito nacional que presentan una importancia creciente de esta hortaliza. Así, mientras en La Rioja la superficie se ha mantenido estable en la última década, en Navarra ha crecido un 50% y en Murcia, un 169%. Precisamente, en esta última comunidad autónoma se registran los mayores rendimientos de nuestro país, con 33.887 kg/hectárea, lo que ha posibilitado que, con una producción de 23.044 tm, se haya colocado en cuarto lugar, tras La Rioja (55.238 tm), Andalucía (34.095 tm) y Navarra (24.975 tm).

Comercialización

La mayor parte de la producción de coliflor se destina para su venta: el 75% para consumo fresco y el 25% para transformación. En el caso de La Rioja –que aporta el 20% del total de las ventas- los destinos industriales han experimentado un retroceso.

Si La Rioja es líder nacional en el apartado de superficie y producción, también tiene una importancia significativa en el entramado comercial al intervenir directamente en los flujos de venta de coliflor en España, ya que, tras Cataluña, es la se-



La coliflor riojana se vende fundamentalmente en el mercado interior, se exporta sólo un 2% de la producción.

gunda región española que importa mayor volumen de coliflor, con un total de 1,8 millones de kg, el 19% de la coliflor importada. (ver cuadro 4)

De esta manera, no sólo en La Rioja se comercializa la producción local, sino que se constituye en centro logístico de distribución de primer orden de la coliflor que se importa, con Francia como el país que mayor volumen de coliflor introduce, con un 89% del total de la Unión Europea.

La coliflor riojana se destina fundamentalmente al mercado interior a través de los diferentes cauces comerciales existentes, en los que la Red de Mercas son un instrumento representativo, ya que comercializan el 20% de la producción nacional. En estas unidades alimentarias, La Rioja representa el 24,5% del total de coliflor comercializada. Es la más demandada en los mercados de la zona Norte, Madrid y Castilla-León.

El 80% restante se integra en el circuito comercial a través de almacenistas-comercializadores privados y entidades

**CUADRO 3.
ANÁLISIS DE SUPERFICIE, RENDIMIENTO Y PRODUCCIÓN DE COLIFLOR EN LA RIOJA**

Años	Superficie (has)	% del total de superficie destinado a hortalizas	Rendimiento (kg/ha)	Producción (tm)
1985	1.898	14'67	23.000	43.654
1986	2.120	16'65	17.000	36.040
1987	2.155	16'40	18.000	38.790
1988	2.446	17'24	22.000	53.812
1989	2.310	15'51	22.000	50.820
1990	2.537	16'77	22.000	55.814
1991	2.601	18'37	18.000	46.818
1992	2.333	18'01	21.000	48.993
1993	2.088	15'92	23.000	48.024
1994	2.552	18'52	22.000	56.144
1995	2.547	21'13	23.000	58.581
1996	2.592	21'14	22.500	58.320
1997	2.813	22'30	22.400	63.011
1998	2.958	25'24	22.500	66.555
1999	2.640	-	22.500	59.400

asociativas, que compran el producto a los agricultores y lo posicionan en los mercados de destino a través de asentadores. Éstos lo venden al sector minorista, a hipermercados, supermercados...

En cuanto a las exportaciones (cuadro 5), la coliflor actúa de la misma ma-

nera que el resto de productos hortícolas, al incorporarse con fuerza en los flujos de venta hacia la Unión Europea, a donde llega el 55% de la producción española de crucíferas. El Reino Unido es el principal destino, seguido de Holanda, Bélgica y Francia. Por comunidades autónomas,



La compacidad y el color son determinantes para conseguir un producto de calidad.

La quinta parte de la superficie de la huerta riojana está plantada de coliflor.



CUADRO 4.
SERIE HISTÓRICA DE IMPORTACIONES DEL GRUPO COLIFLOR EN ESPAÑA

IMPORTACIONES Kg (coliflor y brócoli)	1995	1996	1997	1998	1999
Andalucía	243.526	4.394	29.625	33.684	10.556
Aragón	280.015	122.181	47.303	83.357	456.645
Asturias	15.326	18.210	12.712	15.902	59.200
Baleares	20.301	0	10.800	34.640	1.000
Canarias	30.709	7.800	6.725	7.712	7.150
Cantabria	3.680	24.905	0	10.018	0
Castilla-La Mancha	718	2.463	0	1.357	2.092
Castilla-León	32.245	19.070	4.198	61.667	6.600
Cataluña	2.350.961	2.244.630	2.065.764	3.384.775	5.254.829
Extremadura	0	275	78	0	95.898
Galicia	0	2.530	27.894	34.108	1.053
Madrid	999.049	556.640	609.523	1.034.547	524.166
Murcia	46.297	21.040	126.418	49.963	173.021
Navarra	21.880	193.416	41.500	127.676	73.876
País Vasco	469.373	504.909	667.712	631.225	703.667
La Rioja	504.587	1.131.534	2.284.525	2.074.569	1.809.359
Valencia	673.619	353.959	148.197	652.880	577.416
TOTAL	5.692.286	5.207.956	6.082.974	8.238.080	9.756.528

Datos facilitados por la Subdirección General de Planificación, Estadística y Coordinación. Departamento de Aduanas

CUADRO 5.
SERIE HISTÓRICA DE EXPORTACIONES DEL GRUPO COLIFLOR EN ESPAÑA

EXPORTACIONES Kg (coliflor y brócoli)	1995	1996	1997	1998	1999
Andalucía	11.750.982	7.536.488	6.147.145	6.613.372	6.608.622
Aragón	70.566	699.168	1.655.310	1.212.907	681.132
Asturias	19.855	300	0	0	0
Canarias	43.775	5.000	54.511	24.450	0
Cantabria	0	180.864	12.611	0	0
Castilla-La Mancha	0	17.610	1.957	28.781	6.409
Castilla-León	56.884	48.672	27.086	24.678	11.945
Cataluña	2.404.907	4.193.933	5.037.279	8.660.732	9.021.001
Extremadura	82.678	70.712	130.710	176.710	618.751
Galicia	21.043	87.088	70.566	17.555	6.919
Madrid	183.117	591.325	219.080	506.694	132.170
Murcia	48.881.286	78.354.173	106.667.123	134.216.984	116.592.645
Navarra	3.687.166	5.110.678	6.207.501	9.090.893	7.375.542
País Vasco	22.393	3.028	322	87	105
La Rioja	3.349.481	5.612.263	4.391.509	4.100.097	3.336.879
Valencia	20.622.895	30.105.517	37.467.352	43.848.241	40.555.080
Desconocida	0	0	0	5.760	0
TOTAL	91.197.028	132.616.819	168.090.062	208.527.941	184.947.200

Datos facilitados por la Subdirección General de Planificación, Estadística y Coordinación. Departamento de Aduanas

Murcia, Valencia y Cataluña son las mayores exportadoras de crucíferas, con el 64,4%, 21% y 4,4% de su producción, respectivamente. La Rioja se queda rezagada al sexto lugar, con el 1,97%.

Los precios

La coliflor es un producto sometido a las leyes de libre mercado y regulado por

la Organización Común de Mercado (OCM) de Frutas y Hortalizas (Reglamento(CE) 2.200/96), de forma que las variaciones de precio que pueda presentar derivan de la estacionalidad, de la relación oferta-demanda, de la oferta extranacional, etc.

Al ser La Rioja la primera comunidad autónoma en superficie y producción,

con el 24 y 25%, respectivamente, es aquí donde, de una u otra forma, se fijan los precios de compra al agricultor y, por ende, los de venta en los diferentes mercados españoles. Por tanto, se trata de un mercado de referencia a la hora de fijar los precios al agricultor, siendo, casi siempre, superiores a los de otras comunidades autónomas. (Ver cuadro 6)

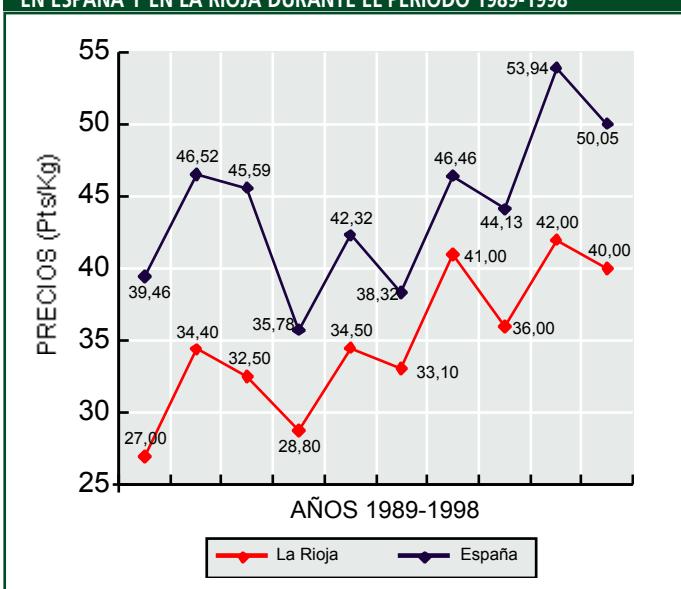
De 1989 a 1999, la coliflor ha experimentado un aumento constante en su cotización, de tal forma que en ese período se ha producido un aumento de precio para consumo fresco del 49,85%: ha fluctuado entre las 27 ptas/kg en el 89 a 42 ptas/kg en el 97. El precio medio durante este período de tiempo se establece en 40,4 pts/Kg.

El aumento de precio para industria durante este decenio ha sido del 38%, con una cotización mínima de 18 ptas/kg en 1996 y una máxima de 30 ptas/kg en 1997 y 1998. De todas formas, los precios para industria son un tanto intuitivos, dada la mayor dificultad de recabar datos al producirse las compras en momentos esporádicos y por cauces menos transparentes.

Consumo

La dieta mediterránea se caracteriza por el numeroso y diverso grupo de productos vegetales que abarca, cultivados y consumidos por los pueblos del

CUADRO 6.
SERIE HISTÓRICA DE PRECIOS MEDIOS PERCIBIDOS POR EL AGRICULTOR EN ESPAÑA Y EN LA RIOJA DURANTE EL PERÍODO 1989-1998



Fuente: Anuario de Estadística Regional y Eurostat

Mediterráneo desde los tiempos más remotos. Pero los hábitos de consumo están cambiando y el conjunto de hortalizas ve disminuido su crecimiento debido a la entrada en los hogares de prácticas culinarias relacionadas con la compra de comida preparada, precocinada, congelada, etc, además del incremento de las comidas fuera de casa.

El consumo se puede diferenciar en tres sectores: hogares (82,90%), hostelería (7,19%) e instituciones (7,65%). El consumo medio en los hogares en 1998 fue de 30,7 miles de kg de coliflor, un 2,1% más que en 1997, representando el 1,52% del consumo total de hortalizas frescas en este sector. En cuanto al consumo per cápita, Galicia encabeza la lista con 2,12 kg, le sigue La Rioja con 1,82 kg y Baleares con 1,30 kg.

Es interesante conocer las características de los grupos que presentan los mayores consumos para poder establecer los motivos que influyen en la compra de esta hortaliza. Así, el consumo de coliflor en los hogares es mayor en aquellos que presentan las siguientes características:

- Poblaciones rurales con menos de 2.000 habitantes.
- Familias sin niños, debido al rechazo de hortalizas en general y la coliflor en particular.
- Hogares en los que el ama de casa está activa (este valor ha cambiado de 1997 a 1998).
- Hogares formados por un solo miembro.

- Hogares en los que el ama de casa tiene 65 años o más, seguidos de los hogares en los que el ama de casa tiene 50-64 años. Es decir, hogares en los que hay una mayor cultura de cocina tradicional.

- Hogares con un status socio-económico bajo puesto que la coliflor es una hortaliza que no resulta cara.

Valoración en los mercados

Para conocer la importancia que presenta la coliflor de La Rioja en los mercados, y la posibilidad de mejorar su liderazgo, la Sección de Estadística elaboró una encuesta que fue enviada a los mercados que se encuentran dentro de la empresa Mercasa, con el fin de conocer la opinión que tienen de la coliflor de nuestra región en las diferentes zonas españolas. (Ver cuadro 7)

La valoración ha sido de gran interés puesto que refleja la realidad de esta hortaliza en los diferentes mercados, permitiendo establecer estrategias a seguir para incorporarla en la oferta de los que no la comercializan e incrementarla en aquellos que sí lo hacen.

Ha habido unanimidad al considerar bueno el nivel de aceptabilidad de la coliflor por el consumidor. Con relación al consumo, el 10% considera que el nivel de aceptabilidad es excelente, el 70% bueno y el 20% regular.

Respecto a los mercados que comercializan coliflor de La Rioja, el 29% tiene una opinión excelente de la misma, el 57%

buenas y, únicamente, el 14% regular. De todos ellos, el 58% considera que la coliflor de esta región destaca frente la oferta procedente de otras regiones por su frescura, compacidad, presentación y color.

Los mercados que no comercializan coliflor de La Rioja señalan que ésta tiene un precio superior a las procedentes de su región -es el caso de Mercajerez-, aunque sí valoran su calidad. Otros, como Mercabadajoz, señalan que no existen canales directos de venta. En el caso de Mercalicante, disponen de suficiente producción en su zona y consideran que el precio de la coliflor riojana también es superior. Mercalaspalmas no puede comercializar coliflor de la península debido a limitaciones fitosanitarias.

El 88% de estos mercados asegura que el atractivo que presenta la coliflor de La Rioja se incrementaría, e incluso se vendería más, si se crease una marca o distintivo de calidad. A su vez, el 68% de los mercados que no trabajan con coliflor de La Rioja estarían dispuestos a comercializarla si se crease un distintivo o marca de calidad.

Después de analizar estas opiniones se puede decir que la coliflor de La Rioja presenta una calidad reconocida y apreciada que la hace destacar frente a la producida en otras zonas. Así mismo, se constata que la creación de una marca o distintivo de calidad incrementaría el atractivo de la coliflor riojana, con una mayor presencia en los mercados y, en consecuencia, superior nivel de ventas.

Futuro del sector

La experiencia en este cultivo desde hace décadas que hace que agricultores, almacenistas y organizaciones de productores tengan un gran conocimiento de esta hortaliza, las condiciones agroambientales favorables para su cultivo y los mejores rendimientos frente a otras zonas productoras son algunos de los factores positivos que presenta la coliflor de La Rioja.

No obstante, entre los principales problemas destaca la elevada dedicación que exige esta hortaliza: así, la recolección, además de tener que realizarse en el mo-



Las condiciones medioambientales de la zona de Calahorra son ideales para el desarrollo de la coliflor.

mento preciso y manualmente -52 horas/hectárea es el tiempo estimado-, representa el 11% de los gastos. También incrementa los costes de producción el excesivo parcelamiento de las explotaciones.

Otro de los inconvenientes que se destaca en el informe es que el sector productor interviene muy poco en la fase de comercialización, que está controlada mayoritariamente por una cooperativa, dos SAT y cuatro almacénistas, careciendo así de una estructura comercial. Los gastos de transporte, de 70 a 150 pesetas por caja, cuando se destina a la exportación, también encarecen los precios.

A pesar de estos "puntos negros", el futuro del sector es alentador debido a la posibilidad de asumir mecanismos innovadores, como la agricultura ecológica y la producción integrada; de aumentar las exportaciones si se adapta a los gustos del consumidor, y de crear una marca de calidad. A estas expectativas hay que añadir las actuales demandas de la sociedad de productos con buenas condiciones nutricionales y de fácil y rápida elaboración.

Para aprovechar las oportunidades y combatir los problemas se propone abordar un plan estratégico con el fin de actuar en tres puntos: mejorar la estructura productiva, reorganizar el sector para favorecer la interacción entre productores y

almacénistas y crear una marca de calidad que revalorice el producto, aprovechando el prestigio de su origen.

La mejora de la estructura productiva pasa por incrementar el tamaño de las parcelas en las zonas donde este cultivo es tradicional y por implantarlo en otras comarcas que disponen de mejores infraestructuras. Por su parte, el sector -productores y comercializadores-, son los encargados de tomar la iniciativa de organizarse para agrupar y uniformar la oferta,

aprovechar la buena situación del mercado y competir con otras zonas más organizadas. La creación de una marca de calidad, ya en su primera fase, favorecerá la comercialización y se conseguirán mayores cotas de mercado, debido a las tendencias de los consumidores de demandar productos de calidad y que garanticen tanto la seguridad alimentaria como el respeto por el Medio Ambiente. En esta línea se encuentran la agricultura ecológica y la producción integrada.

CUADRO 7.
PROCEDENCIAS DE COLIFLOR COMERCIALIZADAS EN LA RED DE MERCAS,
POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

PROCEDENCIA COLIFLOR	1997	1998	1999
La Rioja	9.729,7	11.215,8	10.477,8
Andalucía	5.784,4	7.119,2	6.874
Madrid	4.065,0	4.274,6	4.431
Murcia	2.791,7	3.859,3	3.437,7
Cataluña	3.748,4	3.583,9	3.195,9
Navarra	2.554,6	2.902,9	3.021,8
Castilla-La Mancha	2.740,9	2.949,8	2.918,7
Comunidad Valenciana	2.844,7	3.472,9	2.827,1
Aragón	2.259,5	2.237,8	2.267,8
Canarias	1.461,3	1.463,7	1.573,54
Baleares	1.521,0	1.691,5	1.028,47
Castilla y León	436,8	393,7	360,6
Extremadura	690,2	375,2	338,9
País Vasco	1,2	31,1	19,9
Cantabria	18,9	13,2	19,3
Galicia	12,4	1,1	12,0
Asturias	35,6	6,3	3,8
Total origen español	40.696,3	45.592,0	42.808,5

Fuente: Mercasa