

Capítulo 2

Evolución de las exportaciones de tomate de PROEXPORT

Representatividad de Proexport

En la tabla inserta en este apartado están indicados, para los 12 años de este estudio, los volúmenes exportados por las empresas asociadas a Proexport y la totalidad de exportaciones de tomate efectuadas desde la Región de Murcia. Los datos de Proexport son propios, mientras que

los de la Región están tomados de aduanas.

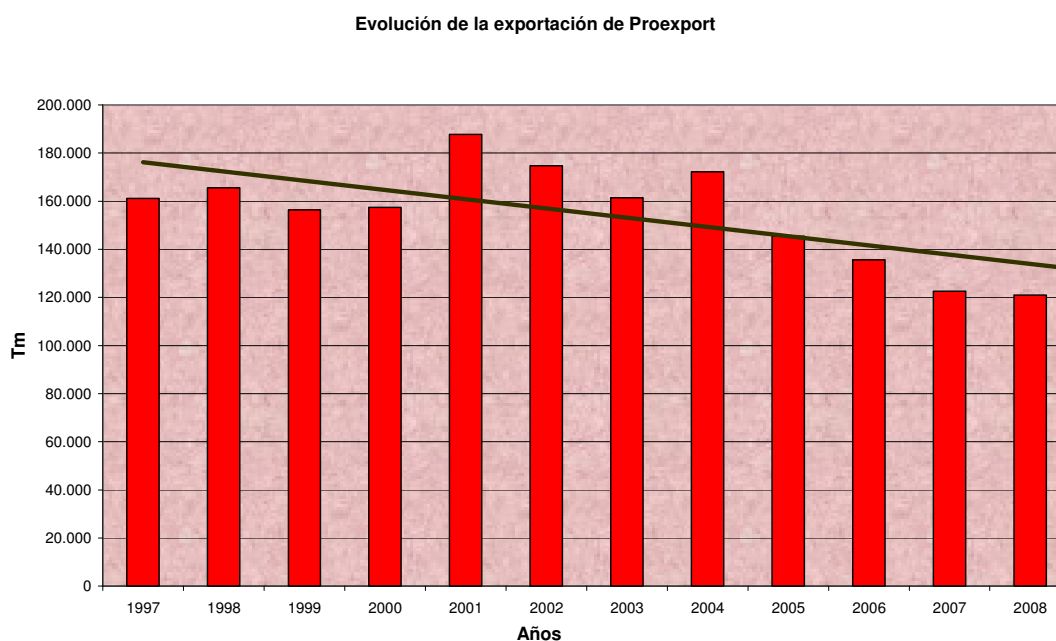
Año	Tm Proexport	Tm R. Murcia	% Pro/Mur
1997	165.759	201.066	82%
1998	165.581	169.504	98%
1999	156.273	188.977	83%
2000	157.475	187.974	84%
2001	187.765	224.055	84%
2002	174.801	222.278	79%
2003	161.365	202.453	80%
2004	172.163	222.878	77%
2005	145.973	182.725	80%
2006	135.524	170.399	80%
2007	122.528	150.166	82%
2008	120.972	144.056	84%
Promedio			83%

El valor promedio que se obtiene, indica que las exportaciones de Proexport representan el 83% del total de las exportaciones de tomate de la Región de Murcia, dato que ha sido obtenido a partir de una serie de 12 años y que por tanto resulta altamente significativo. Un porcentaje del 83% de la exportación es suficiente para establecer que

Proexport representa adecuadamente la exportación de tomate de la Región de Murcia y que por tanto, los resultados que se obtengan a partir de los datos de los asociados pueden extrapolarse sin problemas al resto de productores.

La Sectorial de Tomate de Proexport está formada por los miembros de la Asociación que cuentan entre sus actividades la producción, manipulación y exportación de tomate y tienen su sede social y sus producciones en la Región de Murcia. En total está compuesta por 17 entidades con diferentes formas jurídicas, entre las que se incluyen las reconocidas como OPFH según el Reglamento CE 1182/2007. En los anexos están indicadas las entidades asociadas a Proexport.

Evolución del volumen total



En el gráfico se han representado los volúmenes de exportación de cada uno de los 12 años que abarca este estudio, expresados en toneladas, y se ha añadido una línea de tendencia lineal, que expresa claramente una clara reducción promedio de la exportación año a año.

Año	Tm
1997	165.759
1998	165.581
1999	156.273
2000	157.475
2001	187.765
2002	174.801
2003	161.365
2004	172.163
2005	145.973
2006	135.524
2007	122.528
2008	120.972
Promedio	155.515
2009?	130.191
$y = -3.830,3x + 179.985$	

Desde el año 1997 la exportación de tomate ha experimentado una disminución cercana al 25%. A la que se llega tras un periodo de estabilización inicial que duró hasta el año 2000, tras lo que se experimentó un importante aumento que luego, y poco a poco ha ido cayendo hasta llegar a las 120.000Tm del último año.

Como podemos comprobar en la tabla, la reducción global para la totalidad del periodo estudiado, ha sido del 27% y lo que resulta más significativo es que desde el año 2001 hasta el año 2008 (último estudiado) siempre ha ido reduciendo volúmenes año tras año. De forma que cada año se alcanza un nuevo mínimo de exportación.

El promedio de exportación anual es de 155.515Tm, lo que está muy por encima de la exportación alcanzada, no solo durante el último año sino durante los

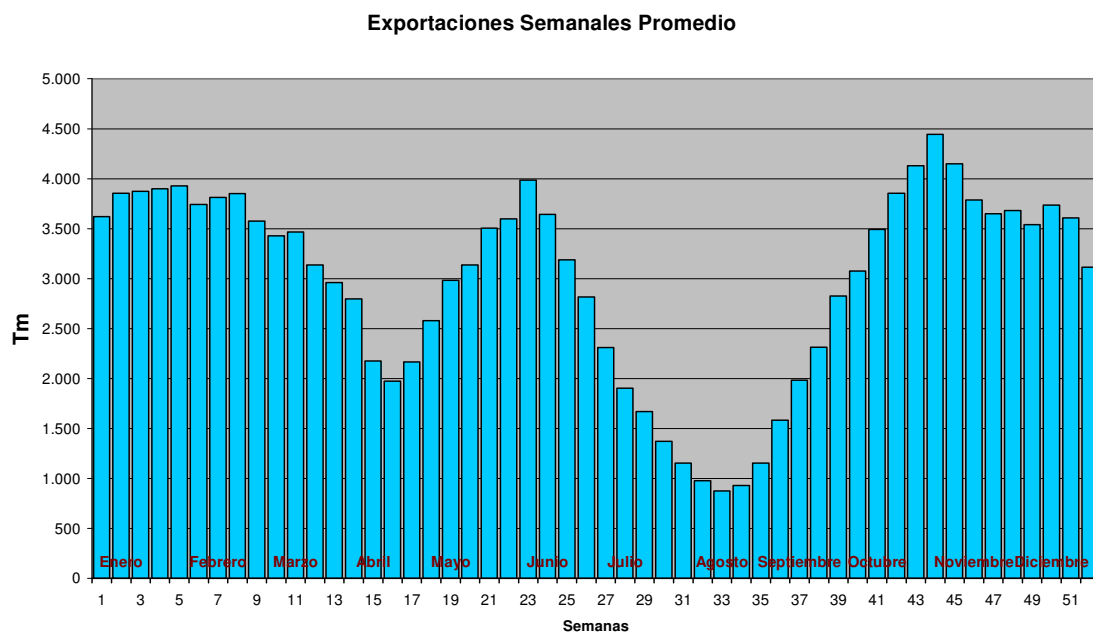
últimos 4. Y además la tendencia nos indica que los volúmenes continuarán descendiendo en el futuro (aunque el efecto estadístico hace que si aplicamos la fórmula de la tendencia obtenida, el próximo año la exportación alcanzará las 130.000Tm lo que representa un 7% más que durante el 2008).

En resumen, podemos concluir que la exportación de tomate de los asociados a Proexport presenta una clara tendencia a reducir sus volúmenes. La más fácil explicación de este proceso es la de la paulatina pérdida de rentabilidad de Murcia como zona productora frente a otras zonas de producción.

Distribución semanal de las exportaciones

Una de las principales características de la exportación de tomate por parte de las empresas y cooperativas que componen Proexport es que su campaña abarca todo el año.

El gráfico representa los promedios de exportación semana a semana durante las 12 últimas



campanas y comprobamos que, si bien es cierto que la campaña completa el año natural, el fuerte de exportación se concentra en el periodo comprendido entre los meses de octubre a marzo (ambos inclusive) y en mayo y junio, lo que coincide con la práctica generalizada de realizar dos plantaciones durante el ciclo: Una en verano, que da producción durante los meses de otoño e invierno y otra en primavera que entra en producción a finales de primavera y se puede mantener hasta finales de verano.



Esta práctica provoca dos caídas importantes de la exportación durante la campaña: El de verano se produce por la reducción de la demanda de tomate español debido a la entrada en producción de las plantaciones locales en los países de destino y al incremento de los volúmenes en esa época de otras zonas productoras como Holanda. El hueco que se forma entre las semanas 14 a 17 (coincide con el mes de abril) resulta más impredecible y está originado por el cambio de cultivo: Están finalizando las plantaciones de invierno y entrando en producción los nuevos cultivos de verano.

La campaña de exportación de tomate se puede dividir en tres periodos:

1. El periodo comprendido entre finales de septiembre (semanas 38-39) hasta finales de marzo (semanas 13-14) que corresponde con la campaña más fuerte de exportación. Es la campaña de invierno y durante este lapso de tiempo se exporta aproximadamente el 65% del total de la campaña.
2. La campaña de primavera, que abarca los meses de abril a junio inclusive (coincidente aproximadamente con las semanas 15 a 26), durante la cual se exporta en torno al 23% del total de la campaña y que comienza con la reducción de los volúmenes causada por el cambio de cultivo respecto a la campaña de invierno.
3. La campaña de verano. Que es la parte del año con menores volúmenes de exportación. Durante los meses de julio, agosto y hasta finales de septiembre (semanas 27 a 37), las salidas de tomate alcanzan su mínimo y el número de operadores que mantienen la actividad exportadora se reduce considerablemente. Durante este período es exportado aproximadamente el 12% del total del tomate de toda la campaña.

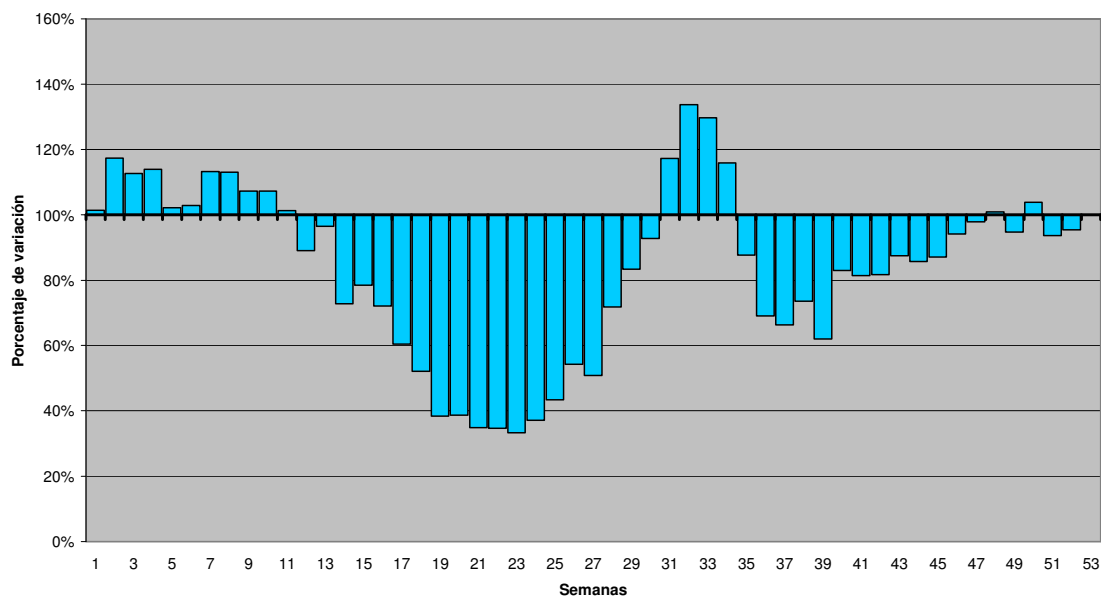
Variación de la campaña

El análisis de las exportaciones semanales durante las 12 últimas campañas nos conduce a una clara conclusión, que se irá explicando durante este apartado: La campaña de exportación de tomate tiende a concentrarse en los meses de invierno. Las causas que originan este hecho son

varias aunque se puede resumir en que los productores de tomate intentan mantener el mercado durante los meses en los que tienen más rentabilidad y abandonan aquellos que por tener que competir con productos de otros orígenes resultan menos rentables.

Analizando las variaciones de los volúmenes exportados en cada una de las semanas de las 12 campañas estudiadas obtenemos, para cada semana, la tendencia a aumentar o a reducir las cantidades en esa semana concreta y representando en un gráfico el porcentaje de incremento o reducción de cada semana tenemos la siguiente figura:

Variación de la Distribución Semanal de la Exportación



Donde el 100% representa el valor promedio de las exportaciones semanales; valores superiores representan el porcentaje de tendencia a aumentar el volumen; y valores inferiores indican la tendencia a reducirlo. En el anexo podemos encontrar el estudio de las tendencias individuales de cada semana.

Dado que la tendencia del volumen total exportado cada campaña presenta una inclinación negativa, se hace necesario corregir el gráfico anterior, aplicando a cada semana un aumento de la tendencia de forma que anule el efecto de la reducción total. El valor porcentual de la reducción total es del 16%, por lo que se ha sumado este valor a los porcentajes de variación obtenidos para cada semana. De esta forma el gráfico de variación de la distribución semanal que se obtiene es el siguiente.

Variación Corregida de la Distribución Semanal de la Exportación

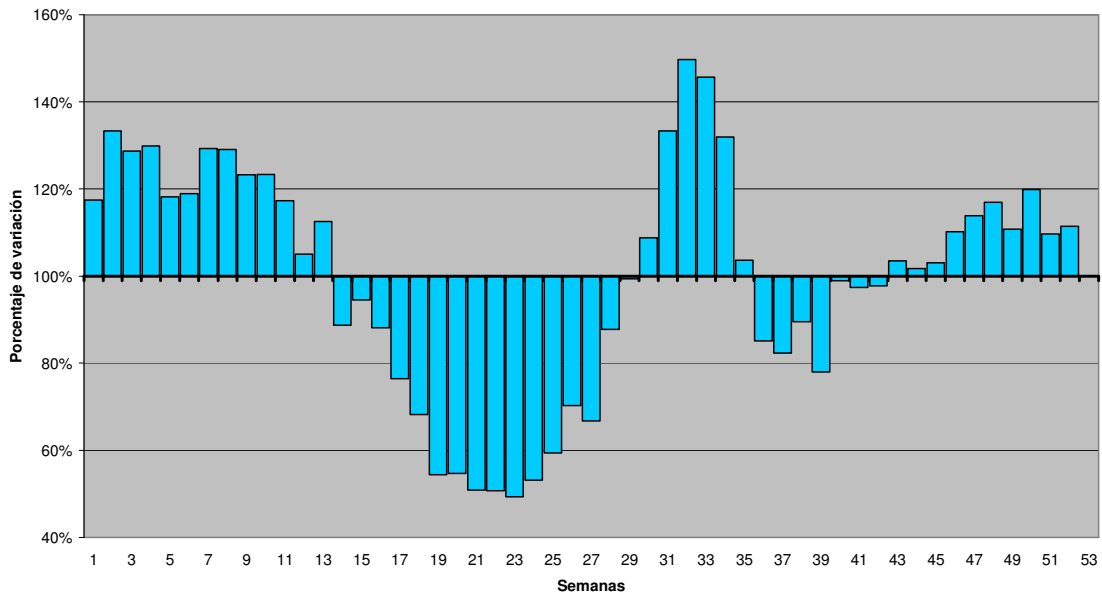


Gráfico que nos presenta la tendencia a aumentar volúmenes o a reducirlos una vez anulado el efecto de la disminución global que vienen experimentando las exportaciones de tomate durante las 12 últimas campañas.

El análisis de este gráfico es muy intuitivo: Desde la semana 43 hasta la 13 la tendencia es a aumentar los volúmenes semanales (desde final de octubre hasta final de marzo), mientras que de la semana 14 a la semana 29 la tendencia es a reducirlos (principio de abril a mediados de julio). Luego sigue un periodo nuevamente creciente que abarca desde la semana 30 a la 35 (mediados de julio a principios de septiembre) y por último la tendencia decreciente se manifiesta de nuevo desde las semanas 36 a 42.

Trasladando los periodos de tendencia creciente y decreciente a las campañas descritas en el punto anterior, obtenemos la siguiente interpretación:

1. La campaña de invierno tiende a adquirir cada vez mayor peso relativo, aunque a la vez va acortándose por ambos extremos. Especialmente se retrasa el inicio, donde tenemos que esperar 5 semanas hasta encontrar la primera semana con tendencia a aumentar los volúmenes de tomate. En la parte final de este periodo tenemos que el acortamiento es tan solo de 1 semana. En total tenemos que en una campaña de 30 semanas la tendencia es a reducirla a 24, mientras que se compensa parte de la exportación no realizada, incrementando los volúmenes del resto de semanas.

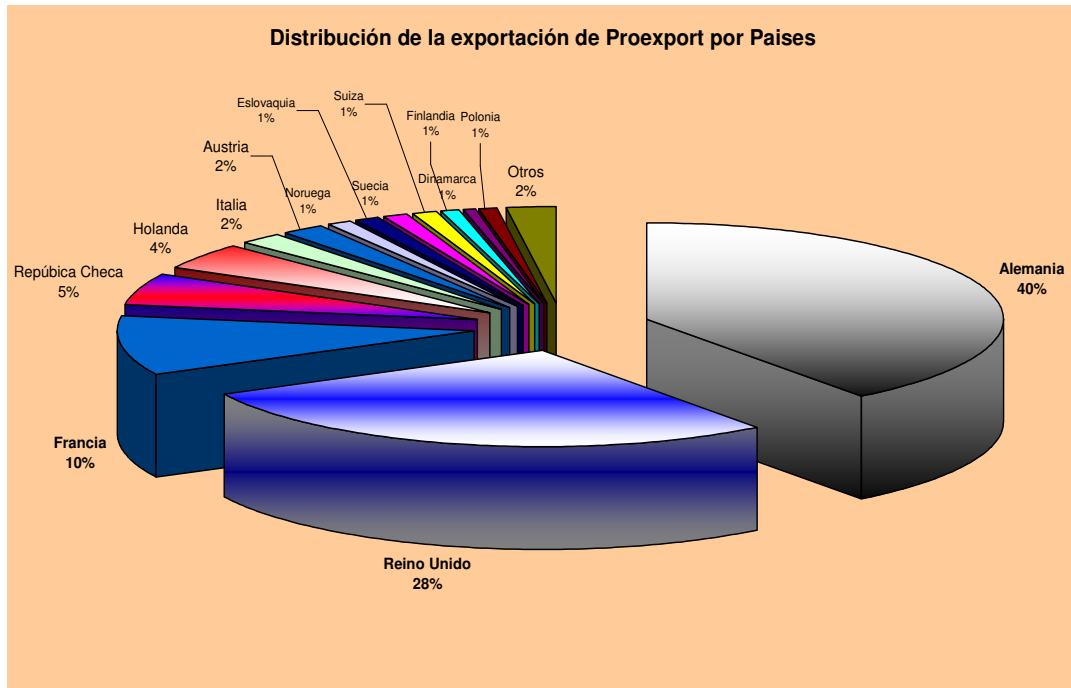
2. La campaña de primavera presenta una clarísima tendencia a reducir sus tonelajes. Así tenemos una clara disminución en los volúmenes en todas las semanas de esta campaña, siendo especialmente acusada desde mediados de mayo hasta mediados de junio, con porcentajes de reducción cercanos al 50%. La conclusión resulta clara, los productores murcianos de tomate tienden a desaparecer del mercado europeo durante la campaña de primavera, que recordemos representa el 23% del total exportado.
3. La campaña de verano presenta un comportamiento similar al de la de invierno, con una importante tendencia a reducir la duración, tanto al comienzo como al final de la misma. Tan solo en el periodo comprendido entre las semanas 30 a 35 (final de julio a principios de septiembre) la tendencia es a aumentar. Respecto a este último periodo es necesario indicar que se trata de volúmenes semanales muy pequeños y por tanto, y aunque el aumento pueda parecer importante, resultan poco representativos en el computo general de la campaña. Recordemos que la campaña de verano apenas representa el 12% del total de la exportación anual de tomate.

Como resumen de este apartado podemos decir que la tendencia es a concentrar la exportación durante el periodo comprendido entre final de octubre y mediados de marzo, mientras que se reduce el resto del año a excepción de las semanas centrales del verano que son poco representativas. Mas adelante veremos las importantes consecuencias que tiene reducir la campaña, tanto en costes como rentabilidad de las inversiones.

Destinos de las exportaciones

España es uno de los escasos países europeos donde es posible producir tomates durante el invierno sin necesidad de disponer de instalaciones de calefacción, lo que permite cultivar con un coste reducido y una escasa inversión en infraestructuras, pudiendo así competir con otras zonas que sí precisan de calefacción. La Región de Murcia por su situación geográfica en el Levante Español es una de las zonas donde este tipo de producción resulta posible. Junto a Almería, Alicante y Canarias representa la zona española productora de tomate durante el invierno.

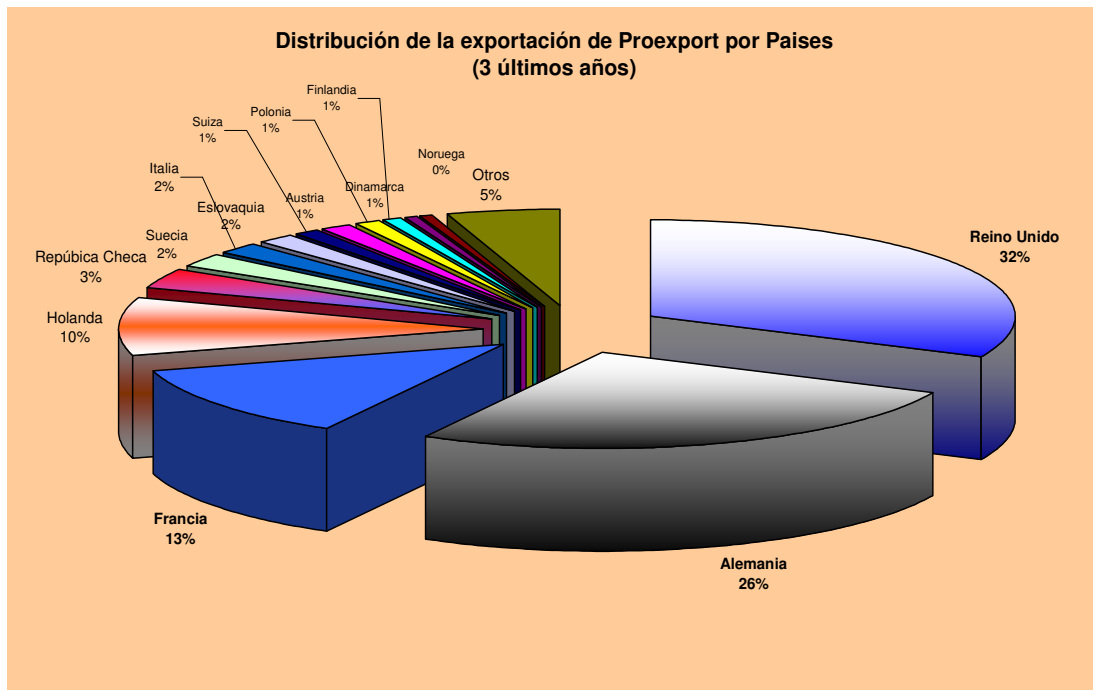
La ventaja competitiva descrita anteriormente ha sido utilizada históricamente por los productores de tomate para introducir su producto en los mercados que estaban dispuestos a pagarlo, que son la práctica totalidad de los países de la Unión Europea. Destino del 99% de las exportaciones de tomate de los asociados de Proexport.



En el gráfico podemos ver los principales destinos del tomate murciano, obtenido como el total de las exportaciones de los últimos 12 años. Destaca Alemania como el principal destino, con una cuota del 40%, seguida de Reino Unido con el 28% y Francia con el 10%. Como podemos comprobar, solo 3 países absorben el 78% del total del tomate exportado, mientras que a los 29 restantes mercados con los cuales se comercia, tan solo es enviado el 22% restante.

Entre los otros destinos del tomate en fresco de la Región de Murcia destacan la República Checa (5%), Holanda (4%), Italia y Austria (2% respectivamente) y así sucesivamente hasta completar el total de 34 diferentes países donde tiene presencia el tomate murciano.

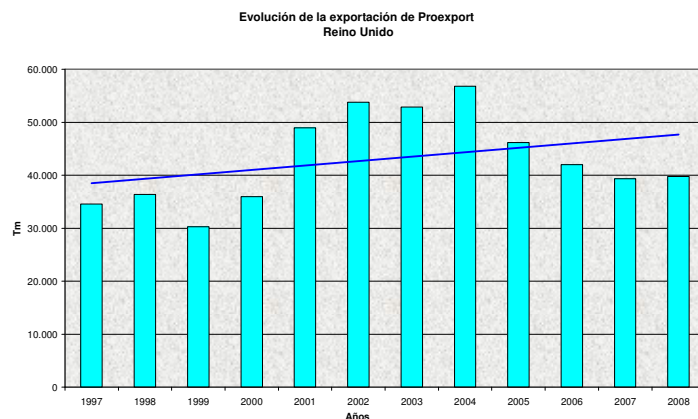
El análisis hecho corresponde con la serie histórica de 12 años de exportaciones, que podemos ver que ha cambiado en los últimos años de forma contundente. Si solo tomamos los datos de los tres últimos años (ver gráfico), el primer dato que llama la atención es el cambio en los puestos de cabeza, donde encontramos que Alemania ha pasado del primer puesto con un contundente 40% al segundo con el 26%, lo que significa que el 14% de nuestras exportaciones han cambiado de destino. Por su parte Reino Unido pasa de absorber el 28% al 32% y ocupa así el primer puesto.



Entre los destinos que han pasado a absorber la parte de la exportación que ya no va a Alemania destaca Holanda, que pasa del 4 al 10%. Aunque también destacan otros destinos donde se ha producido una importante reducción como son la República Checa o Austria donde las exportaciones han caído a la mitad.

Suponiendo que las importaciones de tomate por la totalidad de los países que componen la UE se mantiene constante durante el periodo estudiado (lo cual no es cierto ya que experimentan un continúa aumento), el análisis de los 5 principales destinos de exportación del tomate murciano nos permitirá comprobar si nuestros productos pierden o ganan cuota, así como ver su evolución y tendencias para los próximos años.

Reino Unido es en la actualidad el principal mercado para el tomate murciano, ya que ha sido uno de los pocos países que no solo ha mantenido su demanda de nuestros productos sino que además la ha aumentado. Podemos

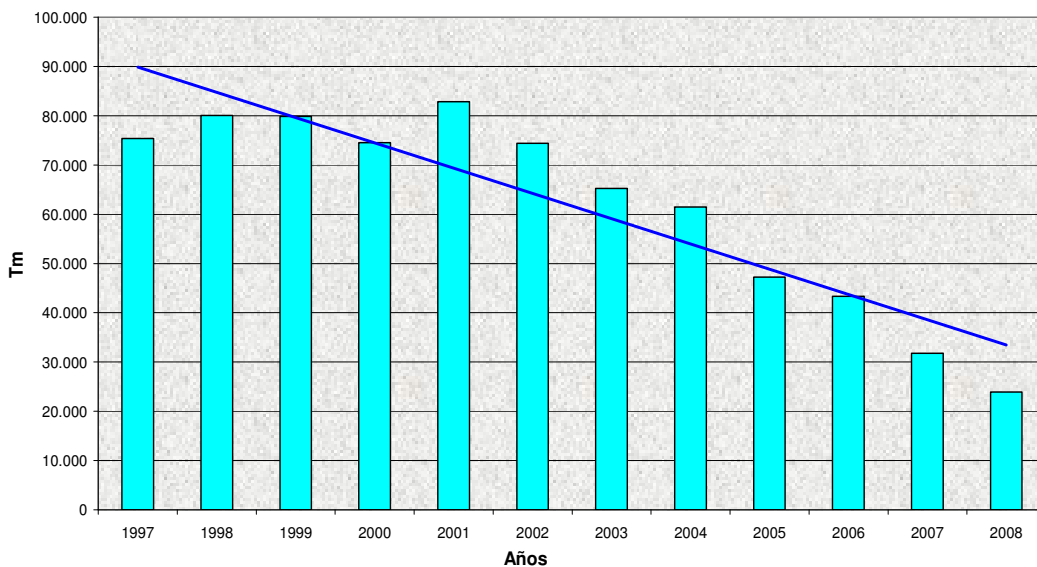


comprobar como ha pasado de un volumen de exportación que no llegaba a 35.000Tm en el año

1997, ha prácticamente 40.000Tm en 2008. Aunque lo realmente importante de este país es que es el único mercado importante en el que los asociados a Proexport han logrado mantener e incluso mejorar su cuota de mercado y hoy día absorbe el 32% de sus exportaciones. Además la tendencia pronostica un incremento leve, pero continuado, para los próximos años.

Por su parte Alemania ha seguido una evolución paralela a la del total de las exportaciones de tomate, aunque incluso con una tendencia decreciente más acusada. En la gráfica podemos comprobar que en los últimos 12 años el volumen de comercio con Alemania ha perdido más de 50.000Tm lo que significa que hoy se exporta a ese país menos de la tercera parte de lo que se

**Evolución de la exportación de Proexport
Alemania**

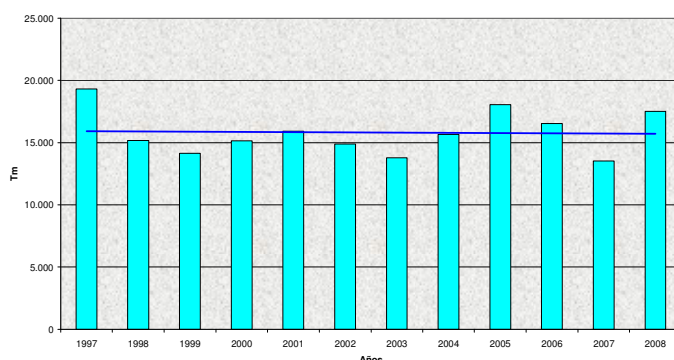


exportaba antes. El descenso ha sido prácticamente continuo y por tanto no parece razonable buscar explicaciones en crisis circunstanciales ni en problemas puntuales de la producción. Indudablemente son causas estructurales las que están expulsando al tomate murciano del mercado alemán. Máxime cuando podemos comprobar que las importaciones y el consumo de tomate en Alemania permanecen estables.

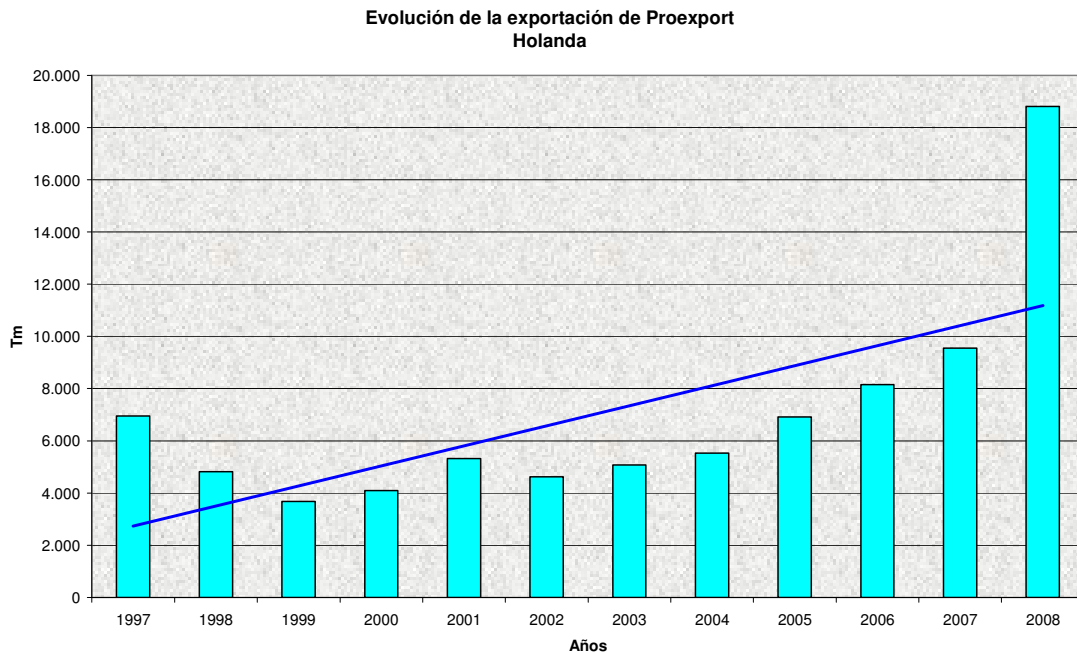
Otro dato para confirmar esta pérdida de mercado es que Alemania ha dejado de ser el principal

mercado para el tomate de Proexport, pasando de absorber el 47% del total exportado a tan solo el 20% actual.

**Evolución de la exportación de Proexport
Francia**



La demanda de tomate murciano por el mercado francés presenta una línea de tendencia prácticamente horizontal lo que indica que apenas han sufrido variación los volúmenes que a él se exportan. Obviamente y debido a la disminución de los volúmenes totales exportados los porcentajes deben haber aumentado. En el año 1997, se exportaba a Francia el 12% de nuestra producción, mientras que el año pasado fue el 14%.



Holanda es el segundo proveedor de tomate de la Unión Europea y presenta una oferta muy ligada a la producción española, ya que actúa como intermediario en el comercio con numerosos países del este. La exportación de Proexport a este país ha venido experimentando un continuo aumento durante los últimos años, alcanzando durante 2008 su máximo de 18.810Tm y con una clara tendencia al alza. Representa el cuarto destino de exportación y alcanza una cuota de demanda respecto al total del 10%.

En la actualidad el 5º mercado, por volumen, del tomate de Proexport se encuentra en Suecia. En los años de este estudio las exportaciones a este país nórdico se han multiplicado por 3,5 veces, pasando de 870Tm iniciales a las más de 3.500Tm del año 2008. Como puede verse en el

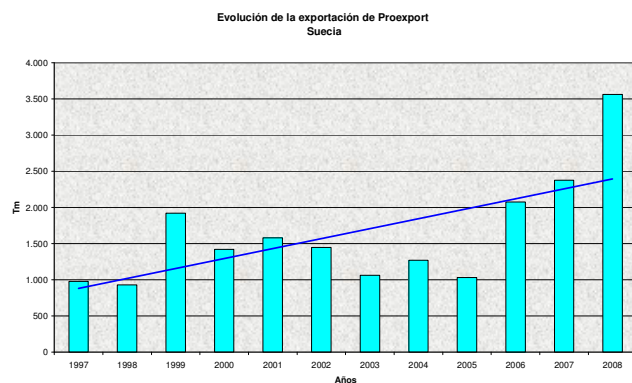


gráfico la tendencia creciente indica que el volumen seguirá aumentando, aunque es necesario destacar que este mercado solo representa el 3% de las exportaciones.

Como final de este apartado destacar la pérdida de cuota del tomate de Proexport en el mercado alemán y la capacidad que ha mostrado para buscar otros mercados alternativos. También recordar que la UE absorbe el 99% de la exportación de tomate.

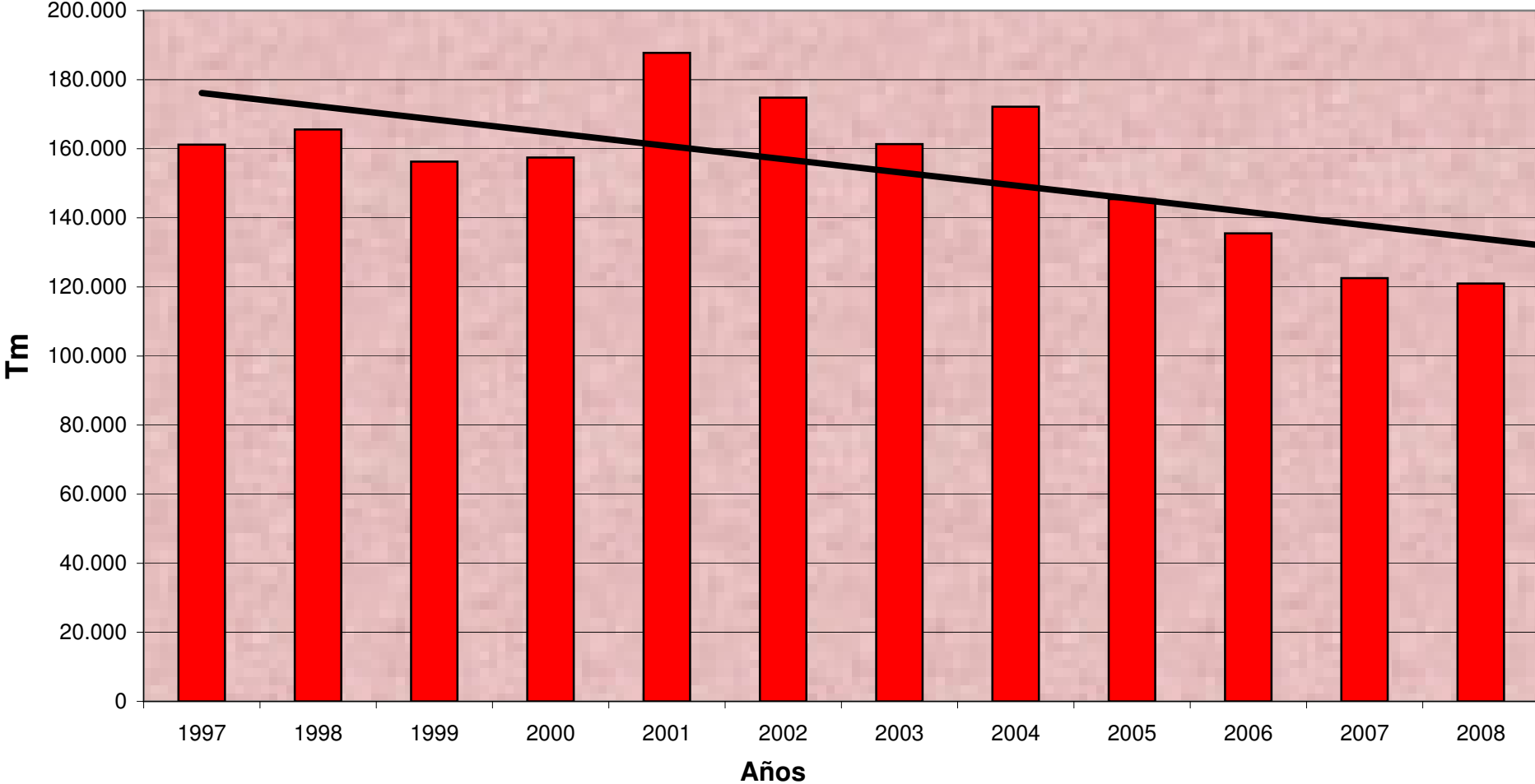


ANEXO II

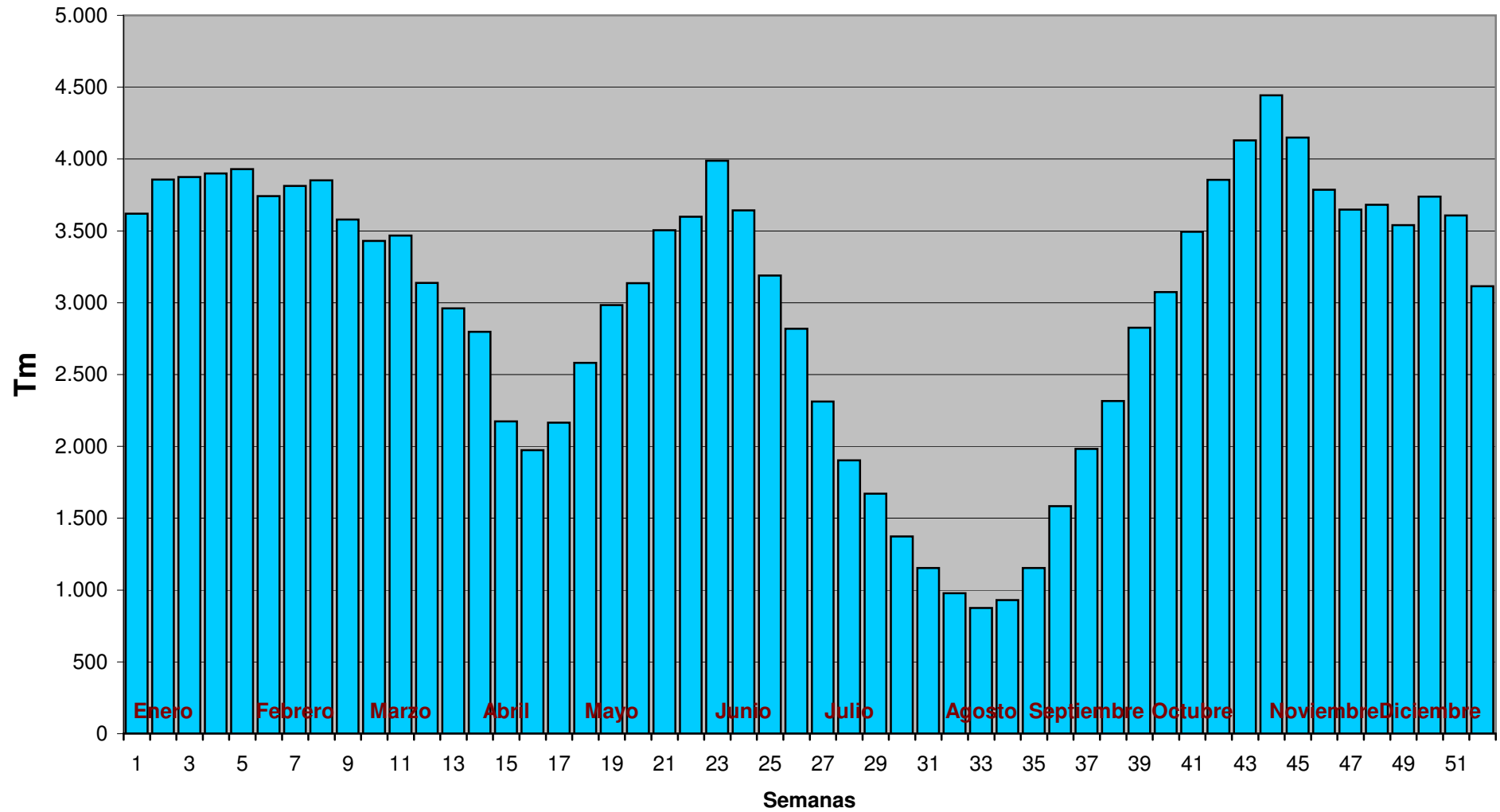
Exportaciones de Tomate de PROEXPORT



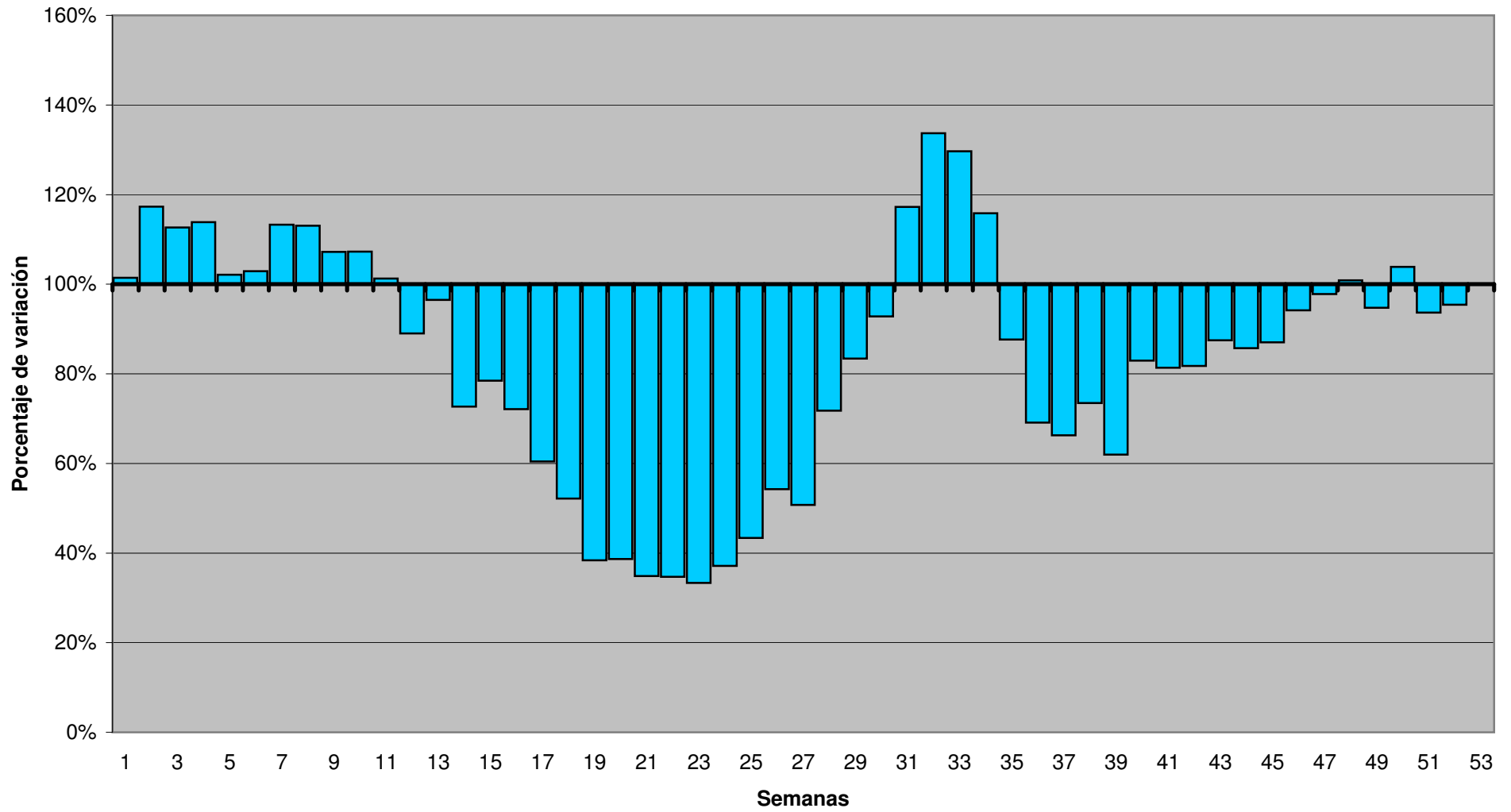
Evolución de la exportación de Proexport



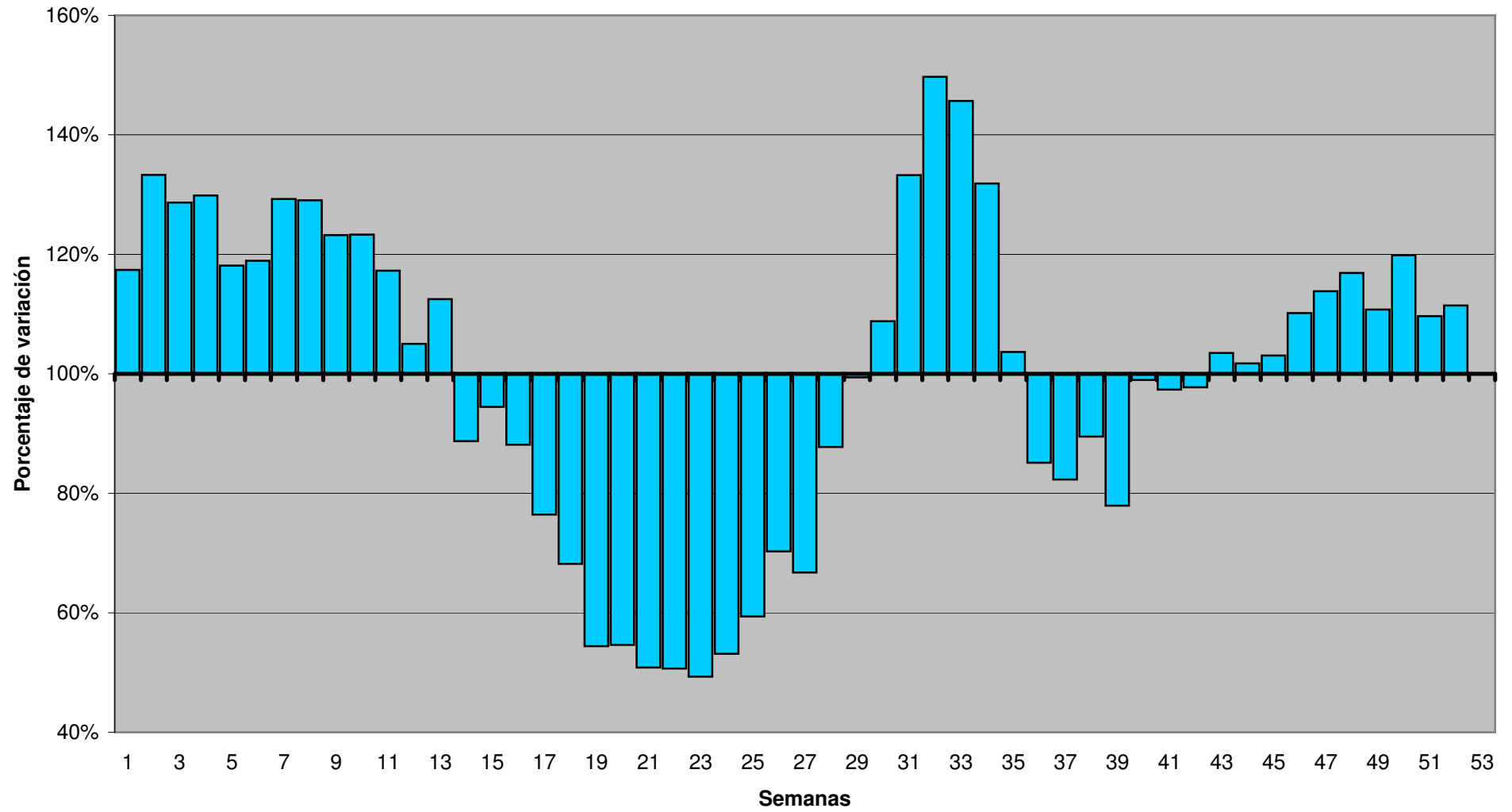
Exportaciones Semanales Promedio



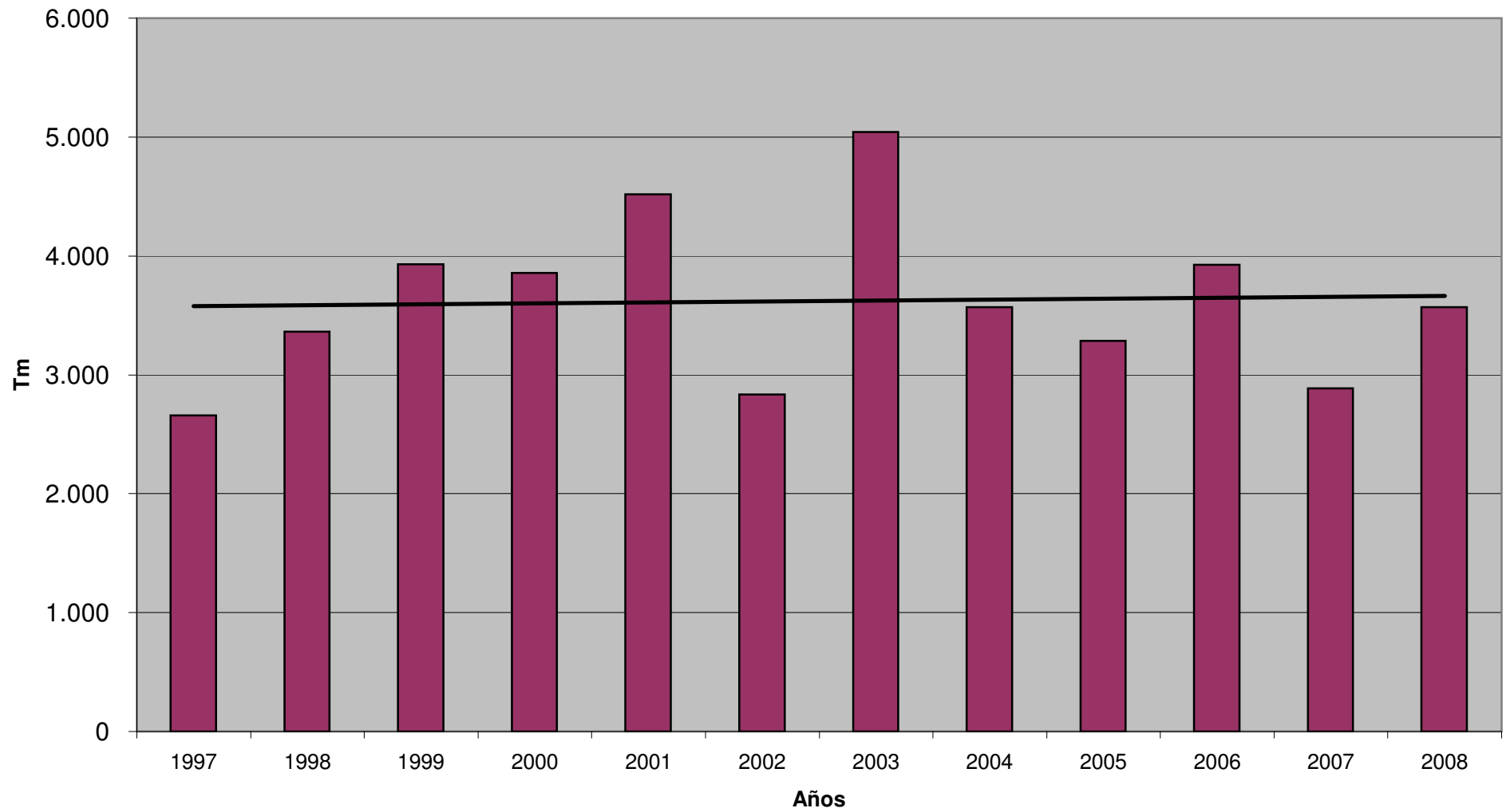
Variación de la Distribución Semanal de la Exportación



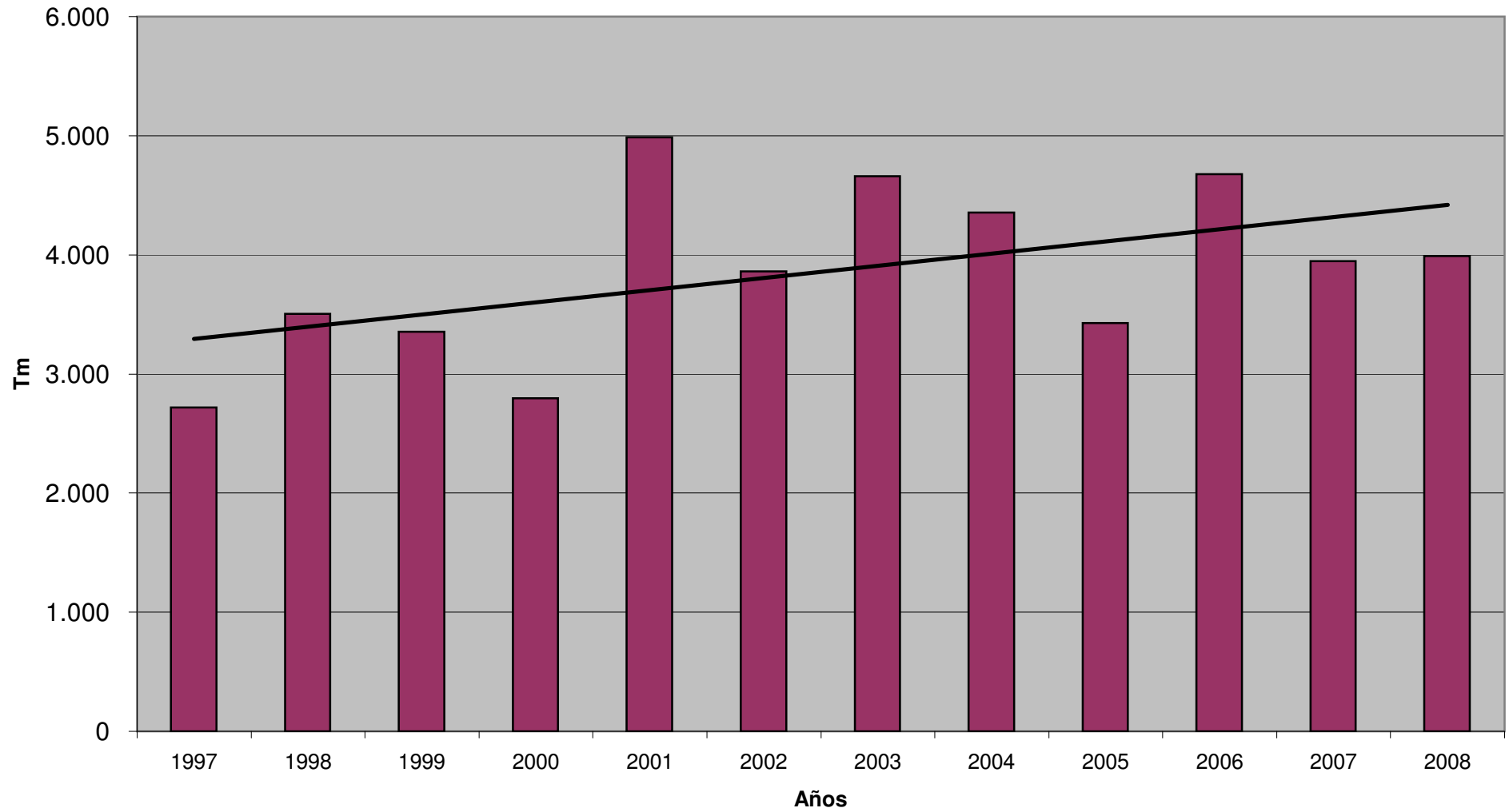
Variación Corregida de la Distribución Semanal de la Exportación



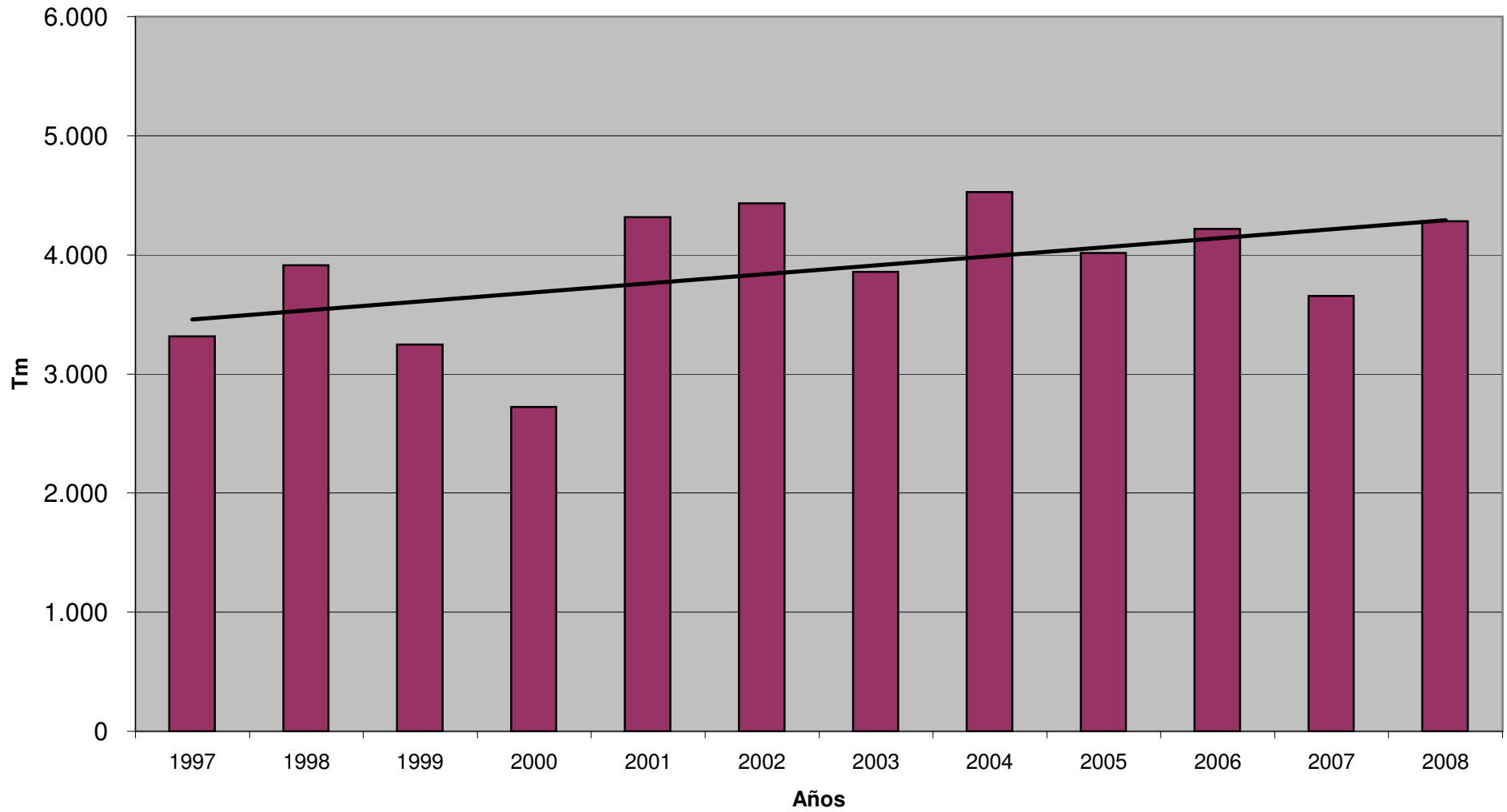
Exportaciones Proexport Semana 1



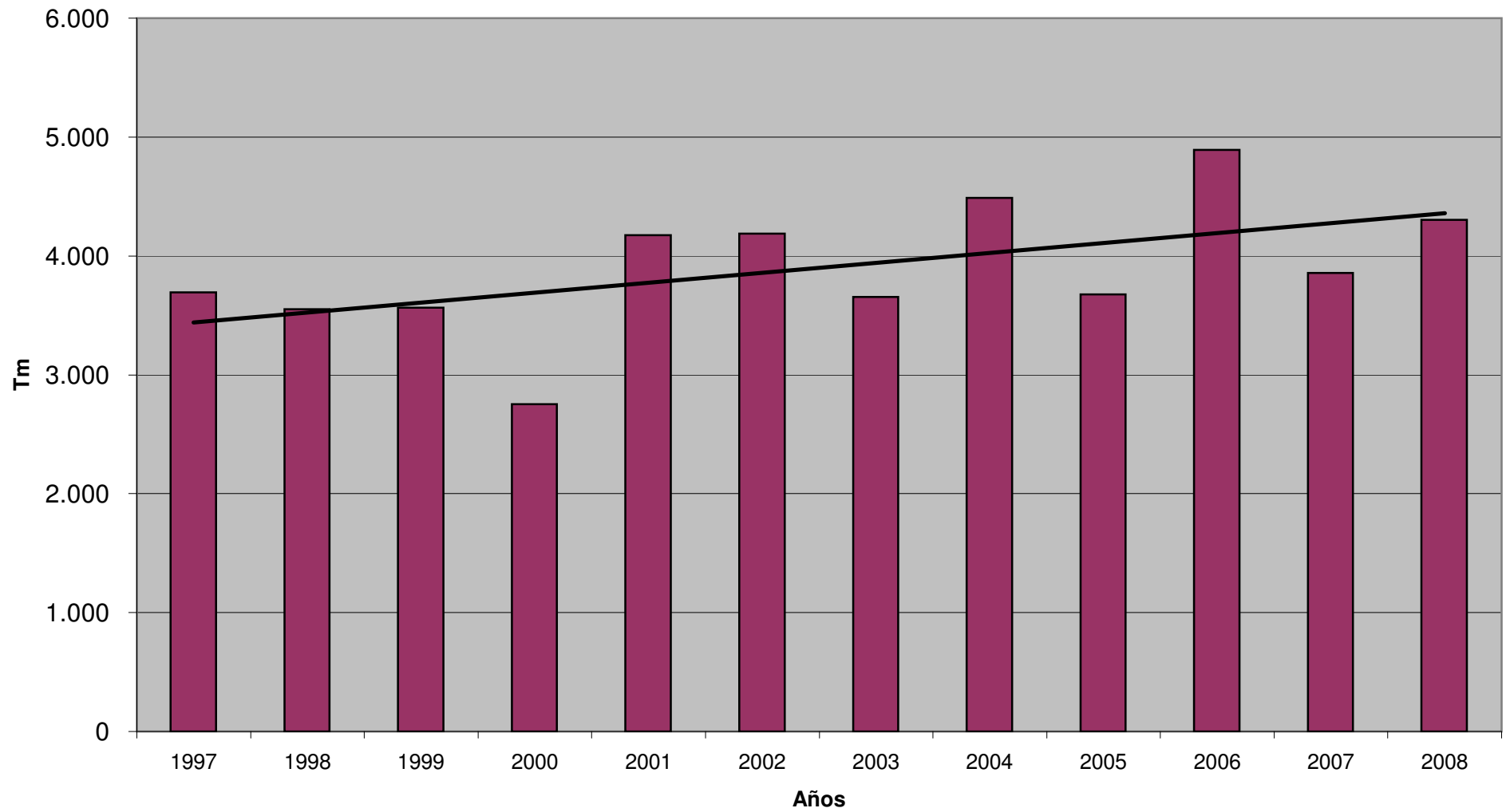
Exportaciones Proexport Semana 2



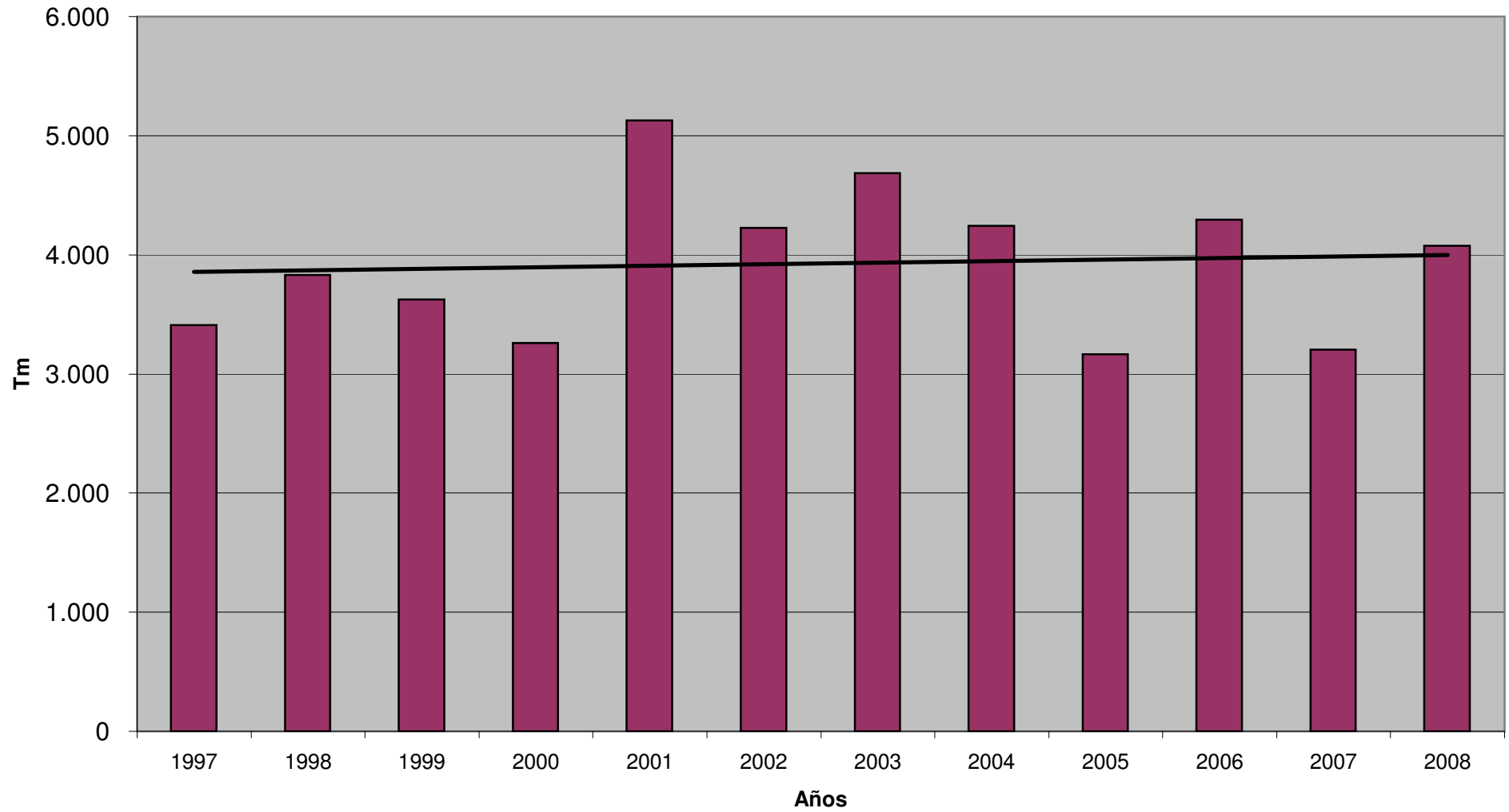
Exportaciones Proexport Semana 3



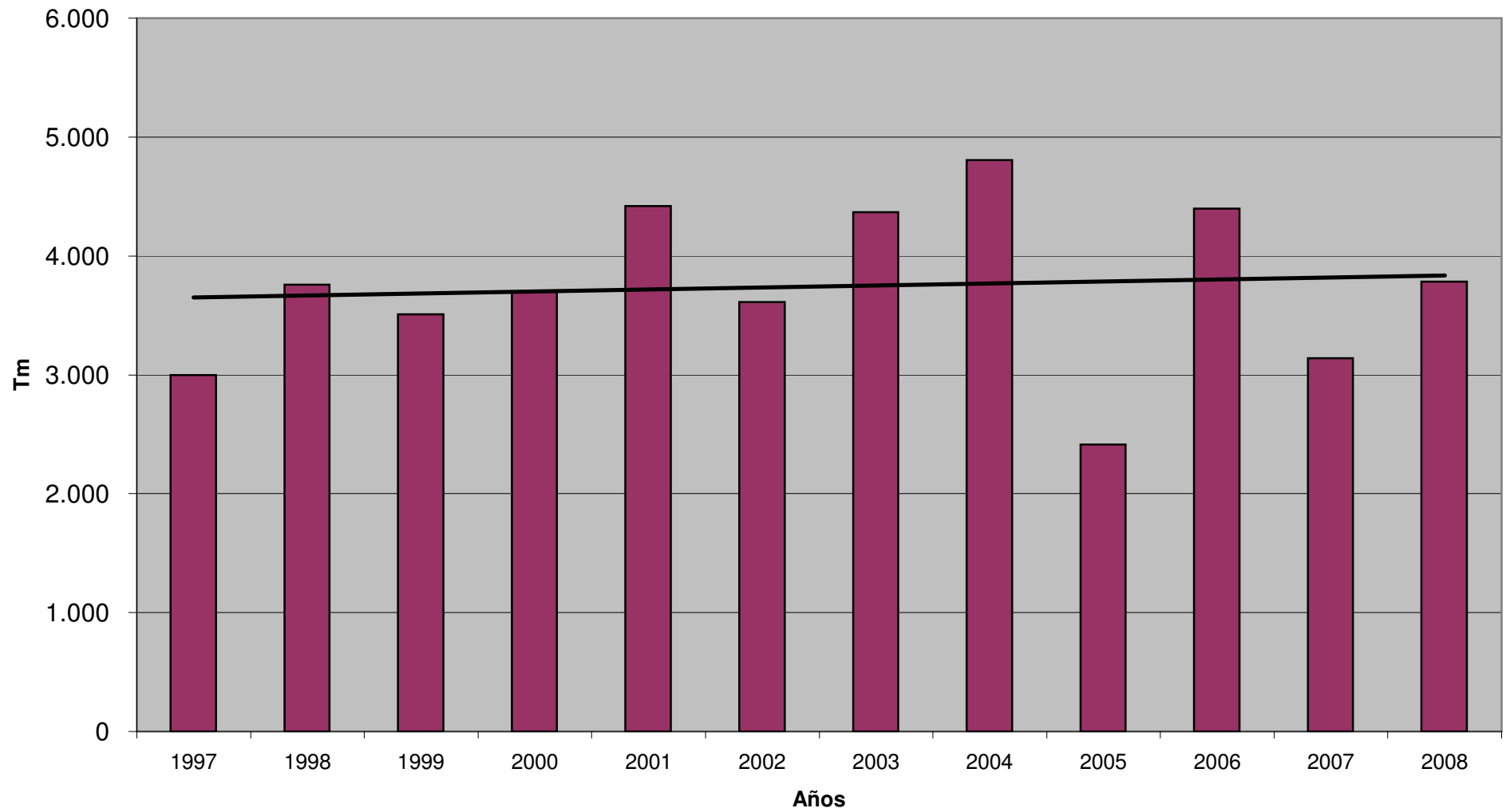
Exportaciones Proexport Semana 4



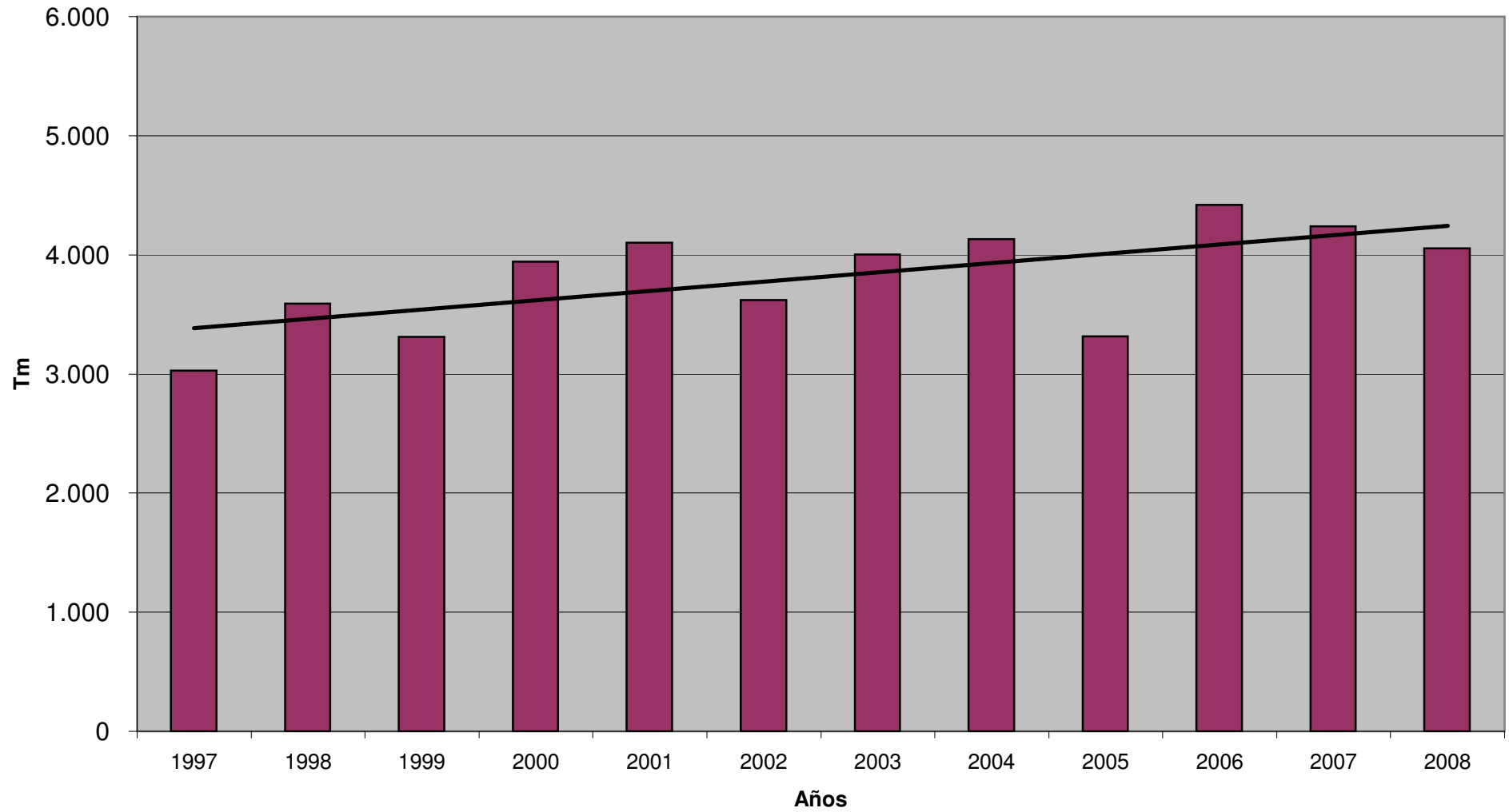
Exportaciones Proexport Semana 5



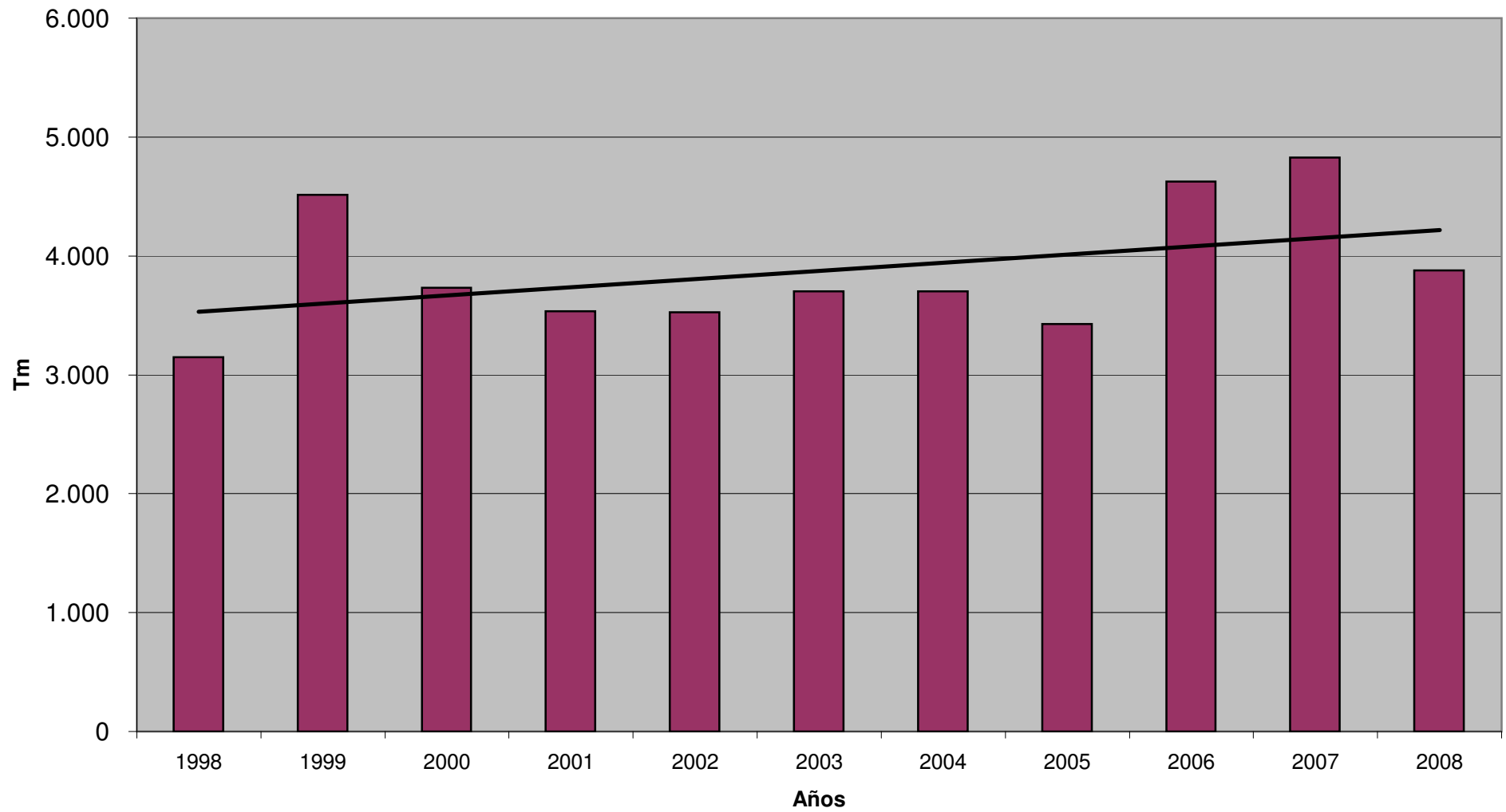
Exportaciones Proexport Semana 6



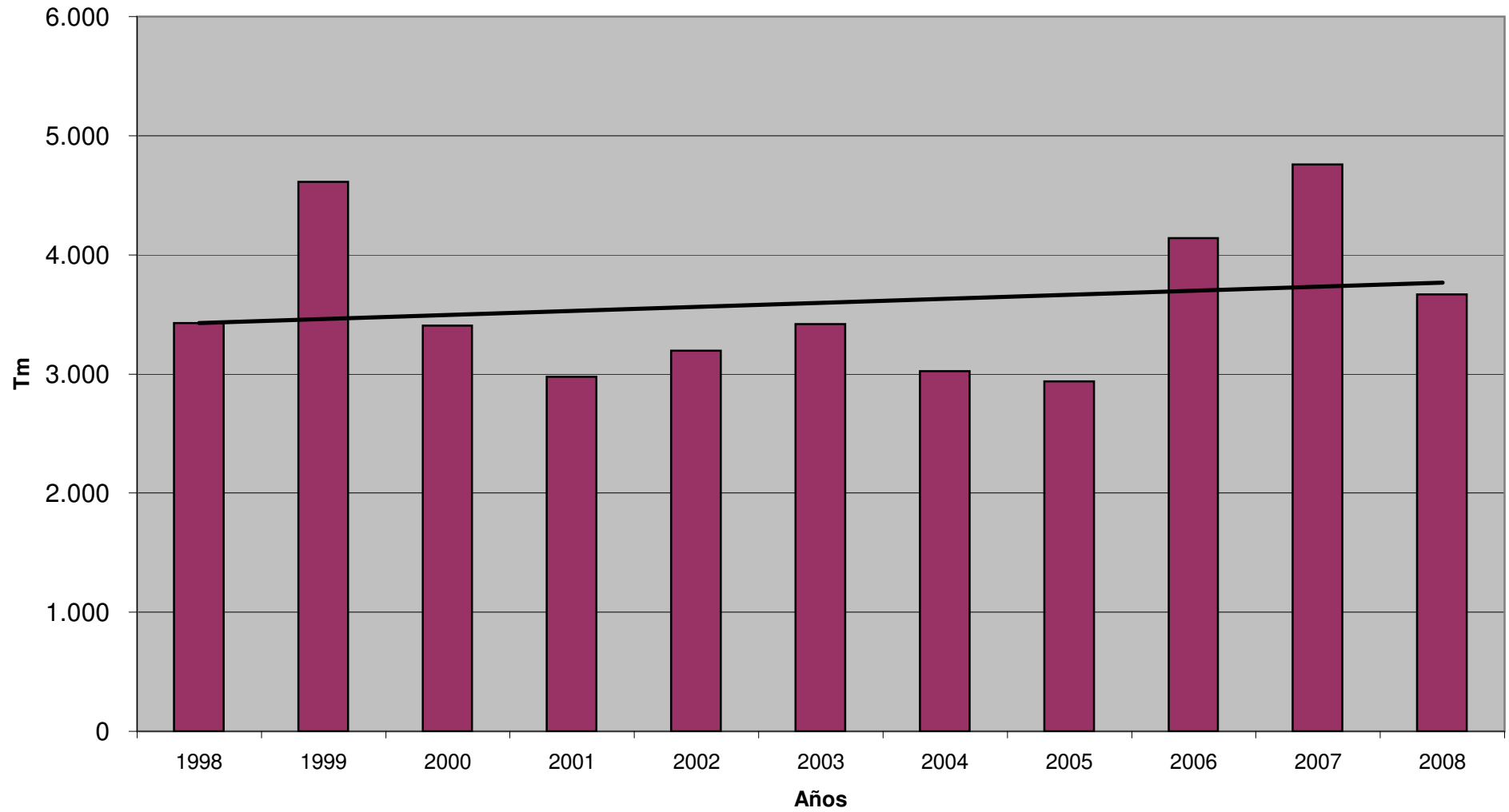
Exportaciones Proexport Semana 7



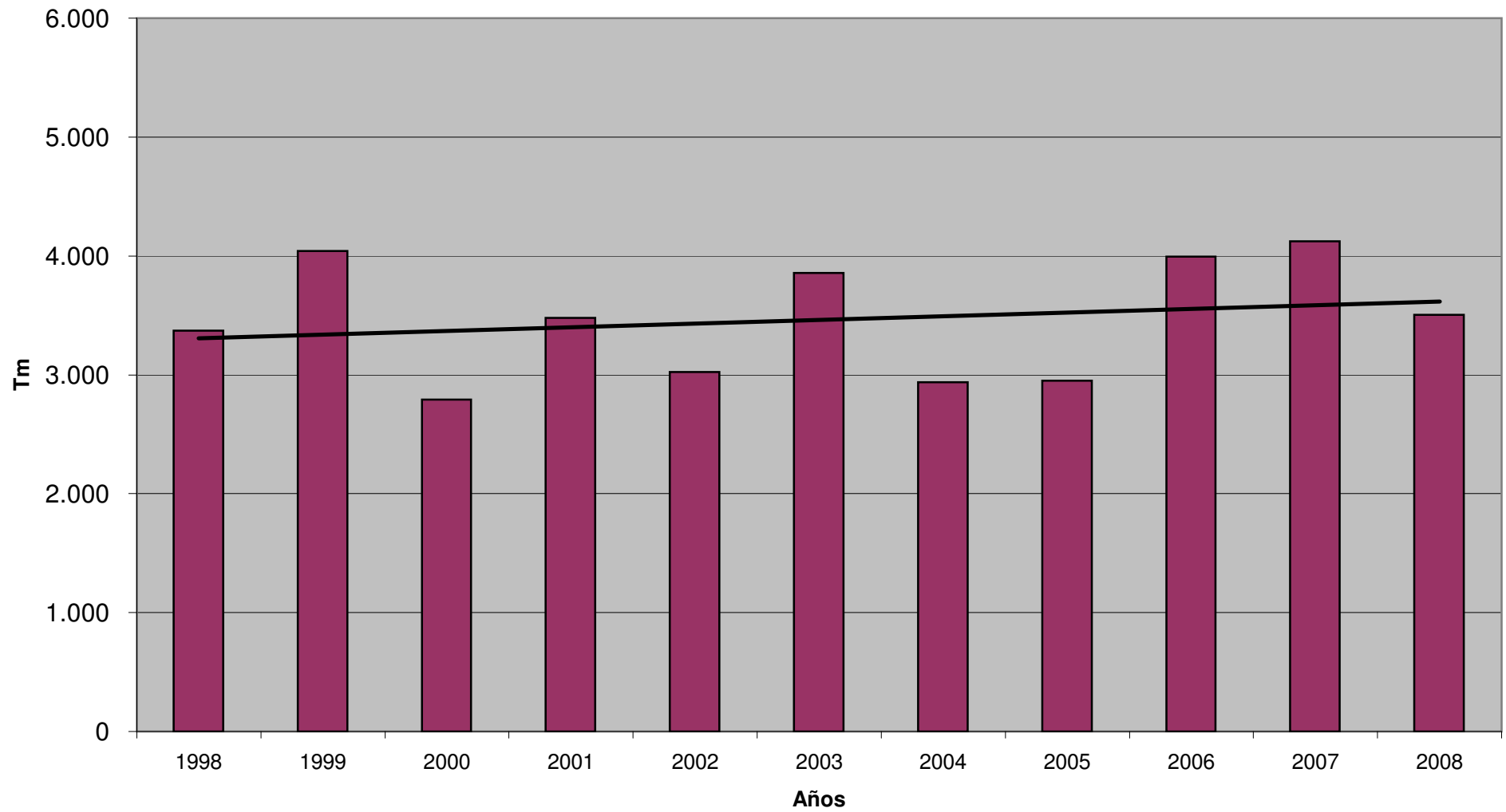
Exportaciones Proexport Semana 8



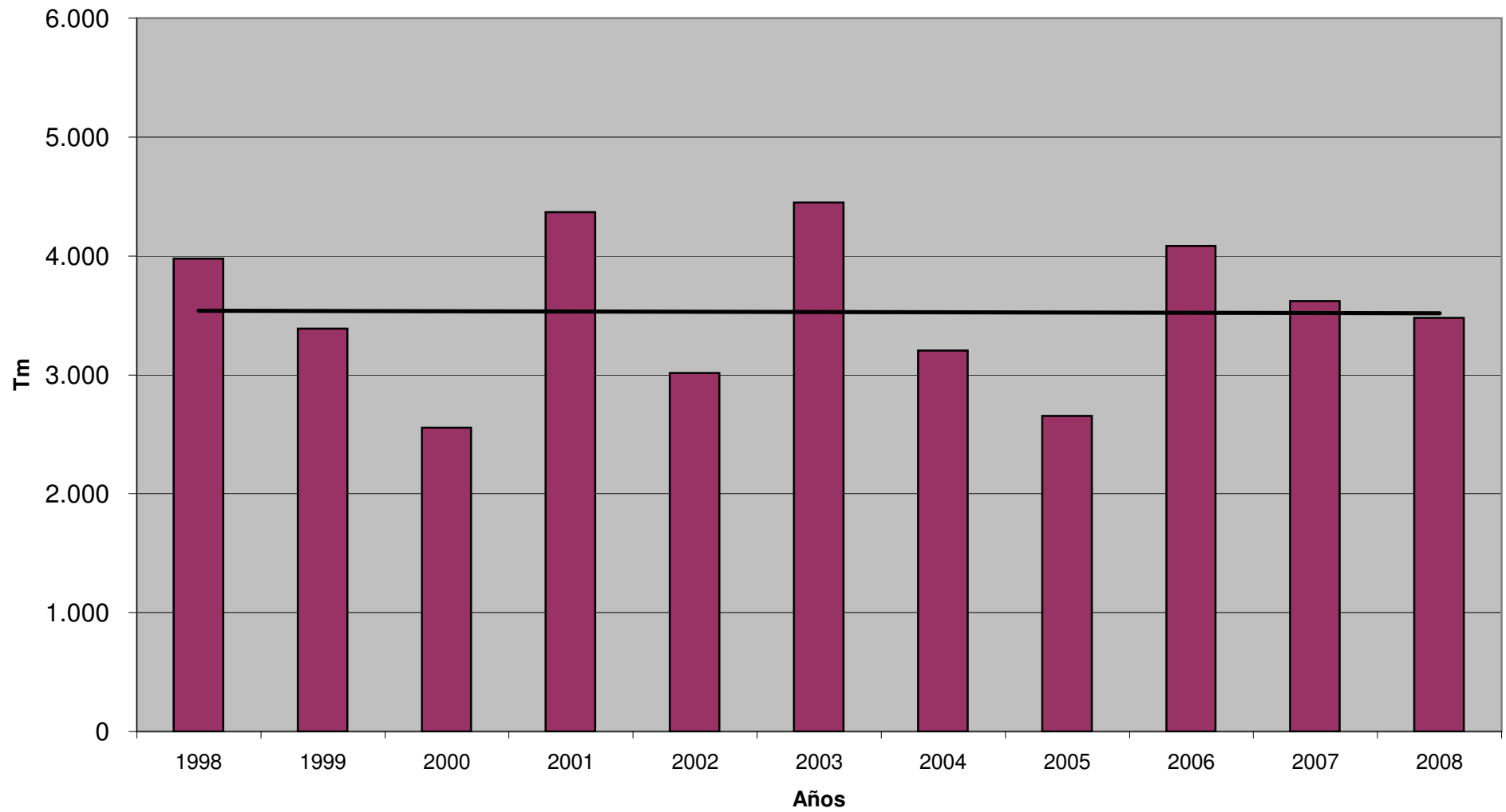
Exportaciones Proexport Semana 9



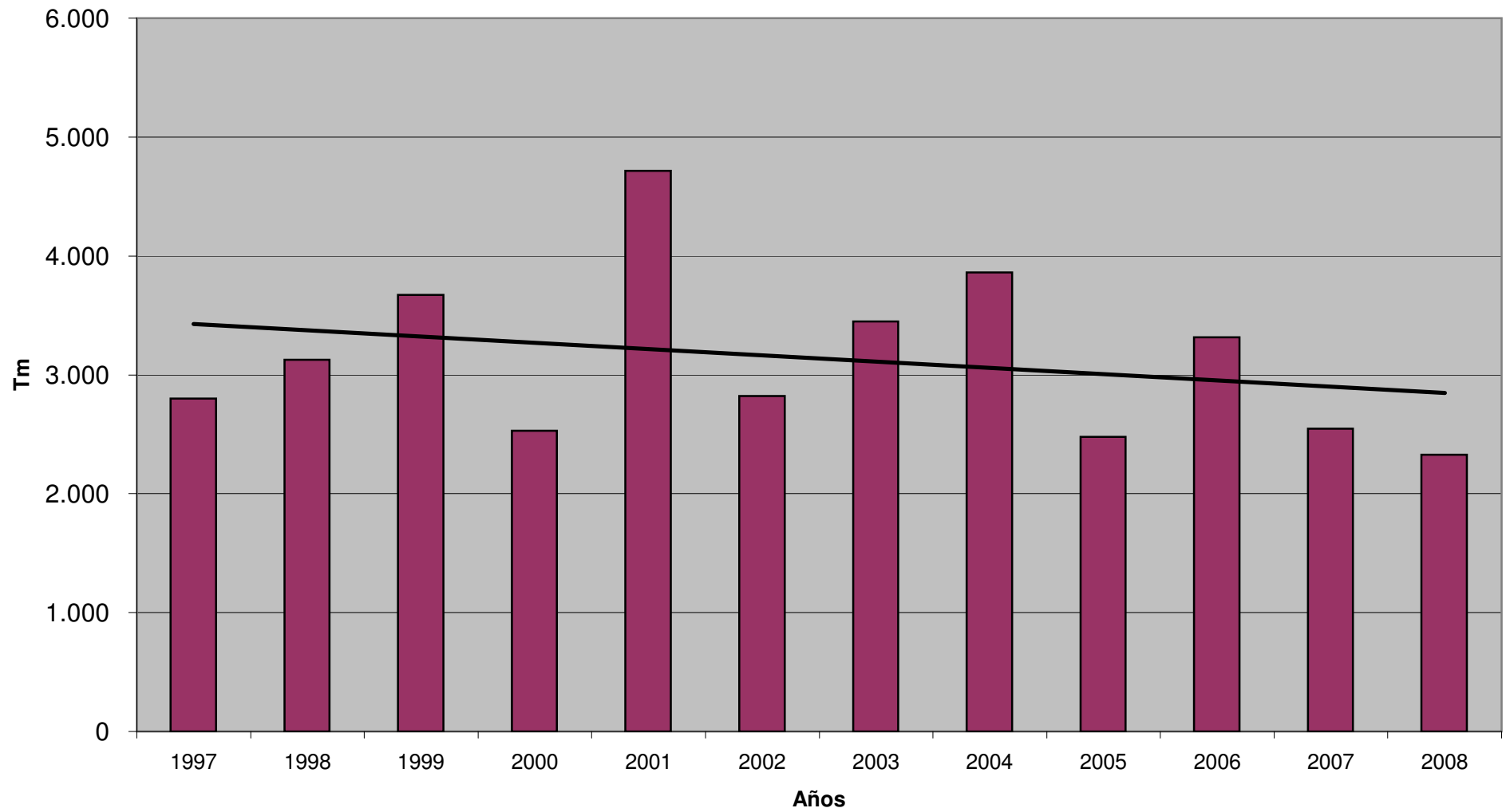
Exportaciones Proexport Semana 10



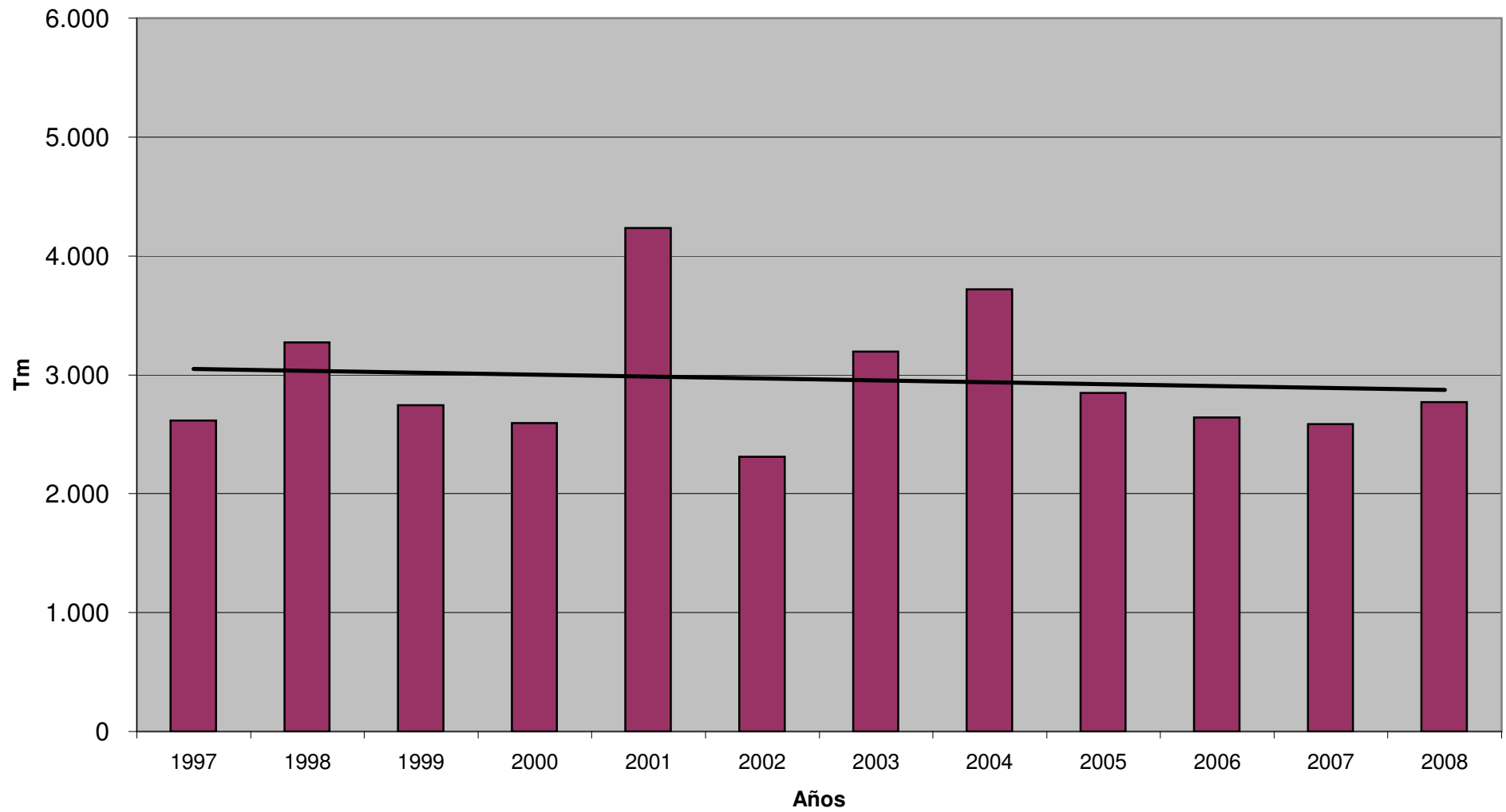
Exportaciones Proexport Semana 11



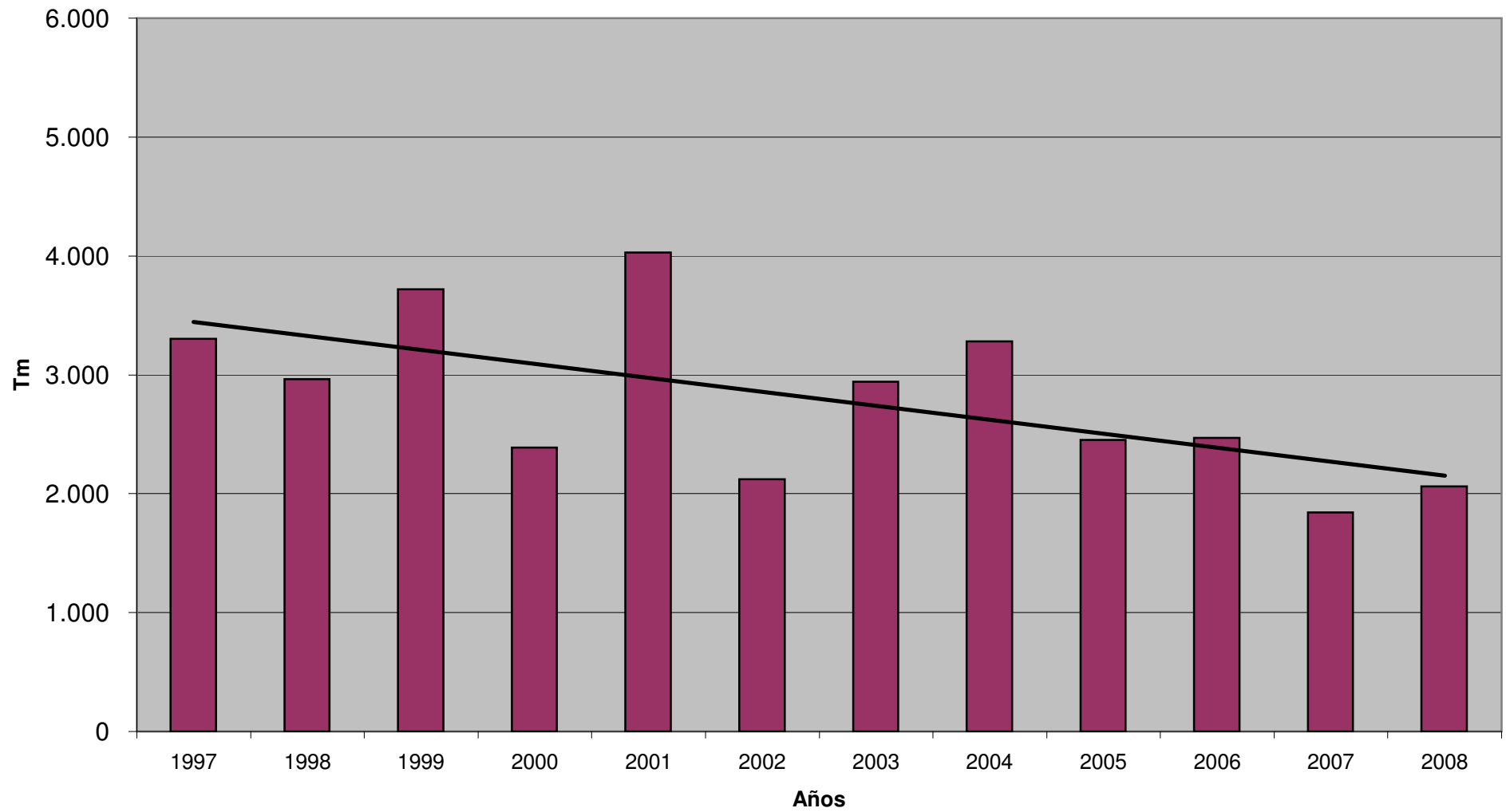
Exportaciones Proexport Semana 12



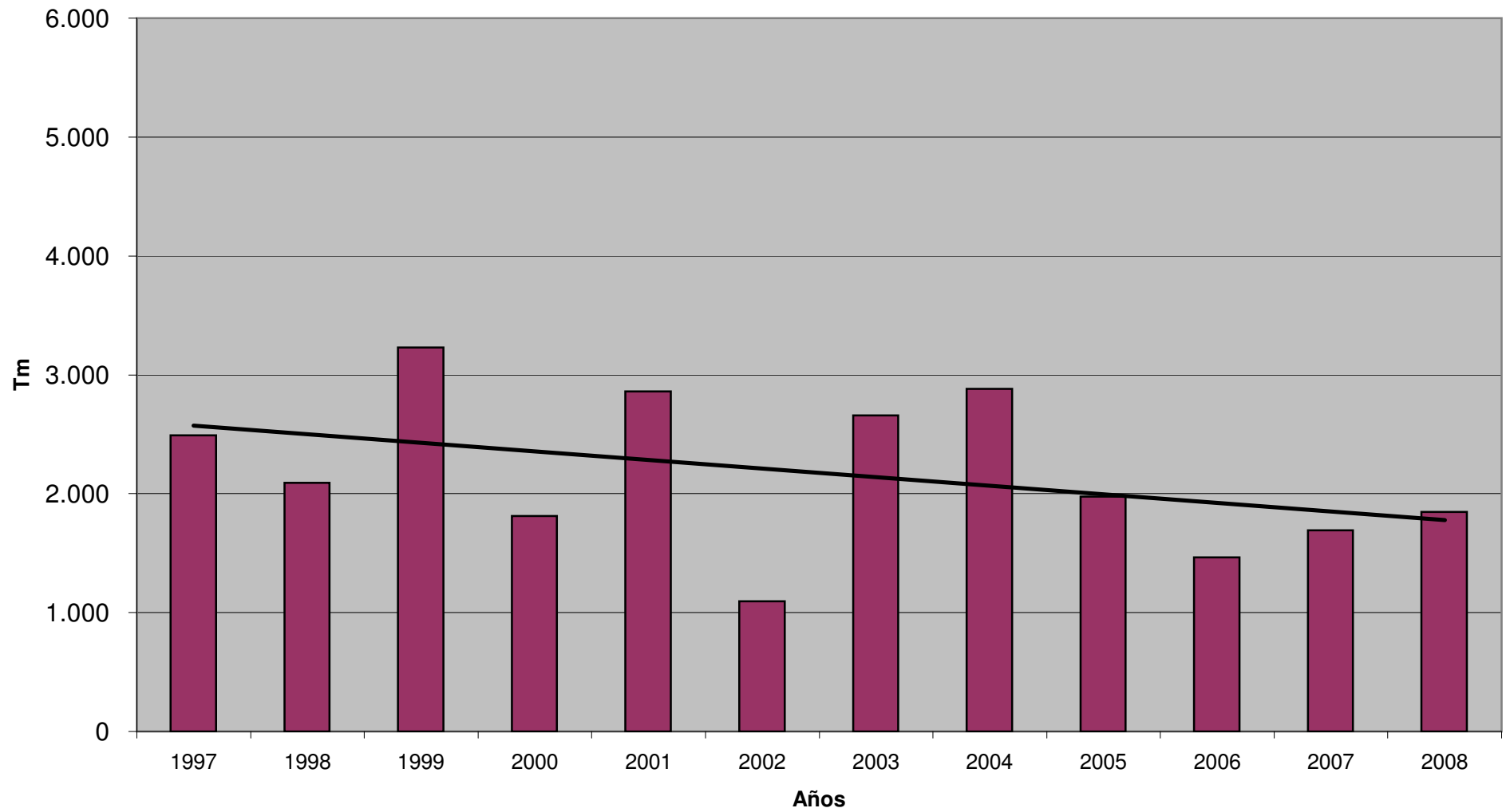
Exportaciones Proexport Semana 13



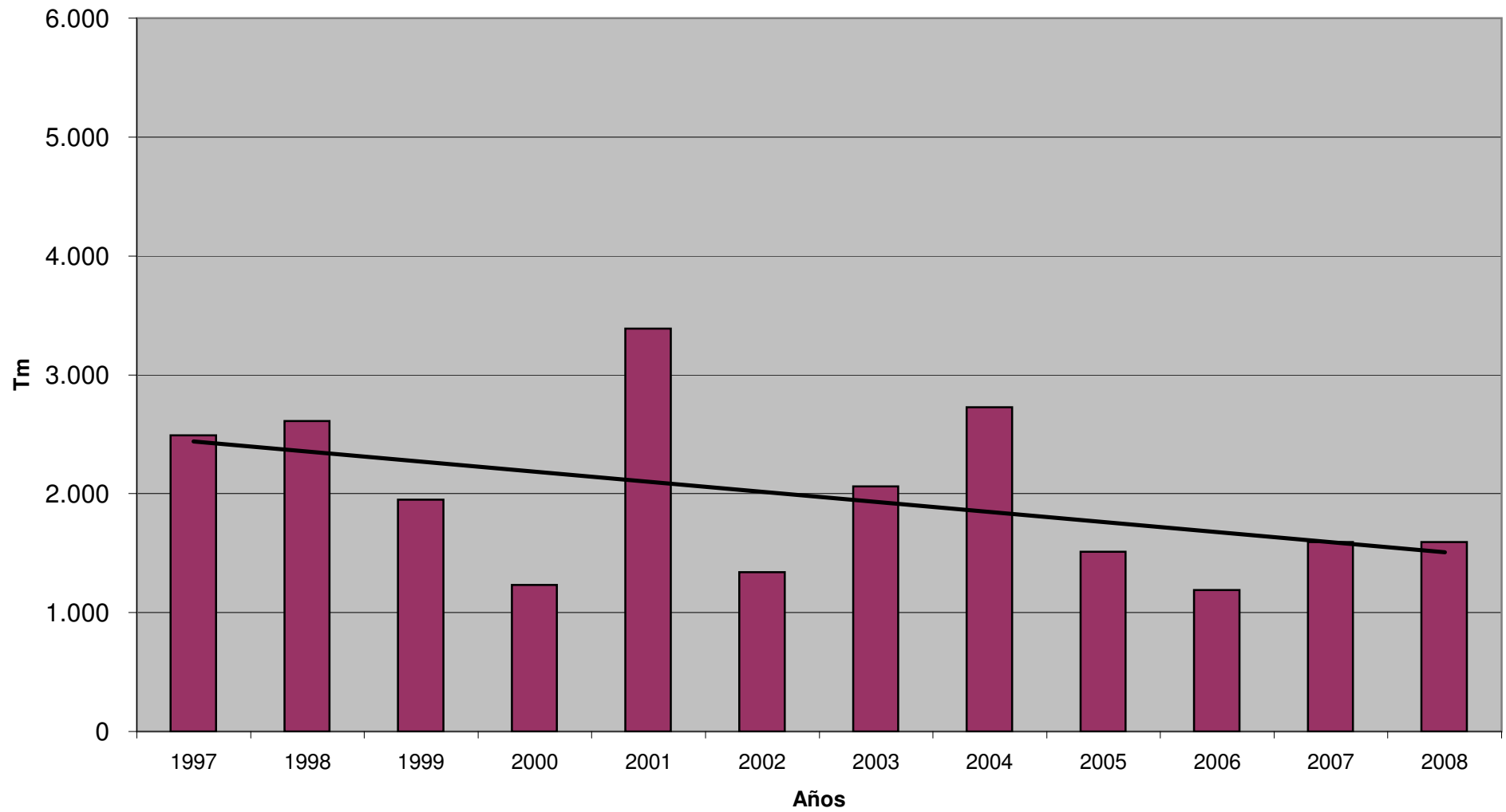
Exportaciones Proexport Semana 14



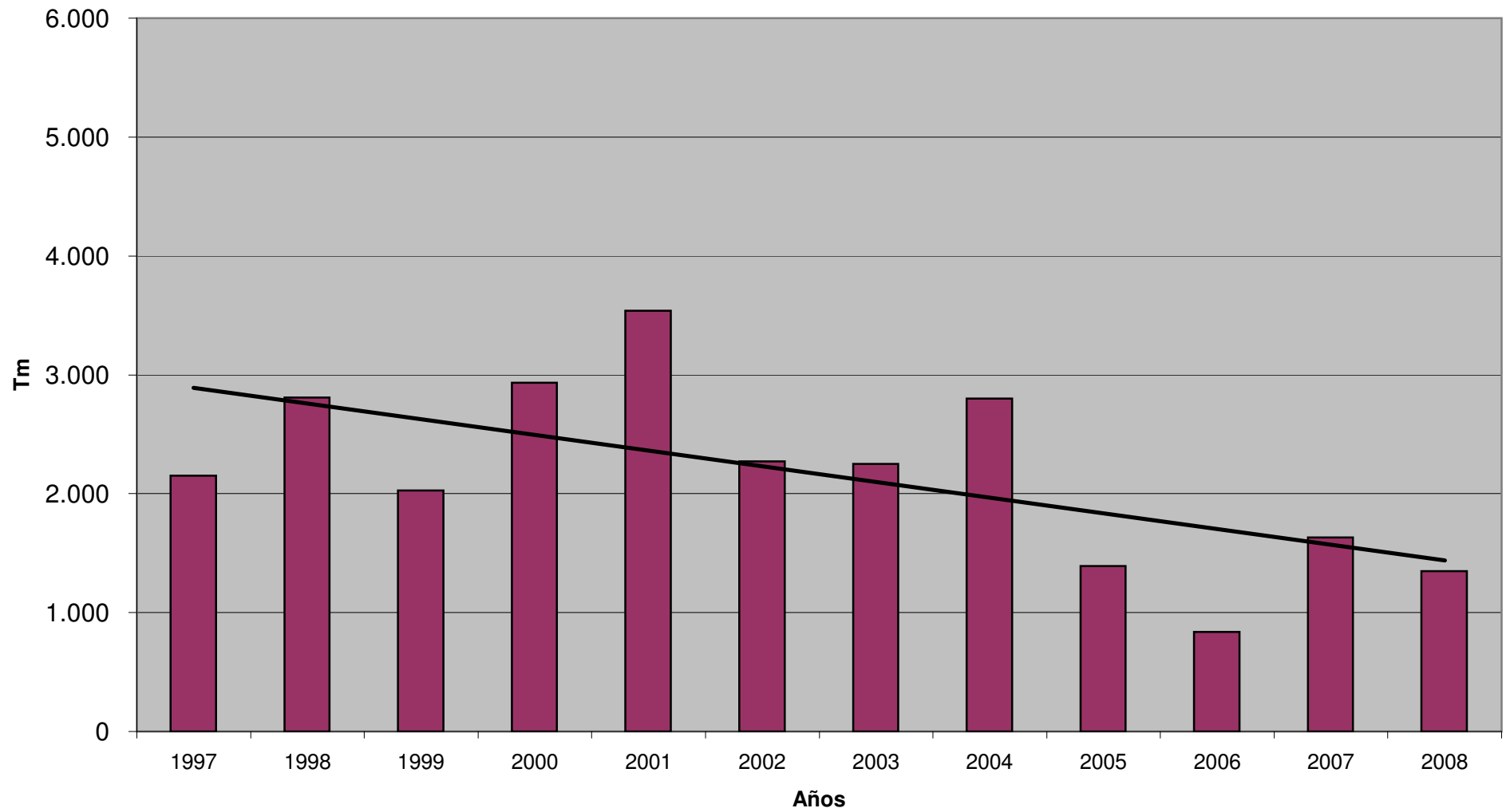
Exportaciones Proexport Semana 15



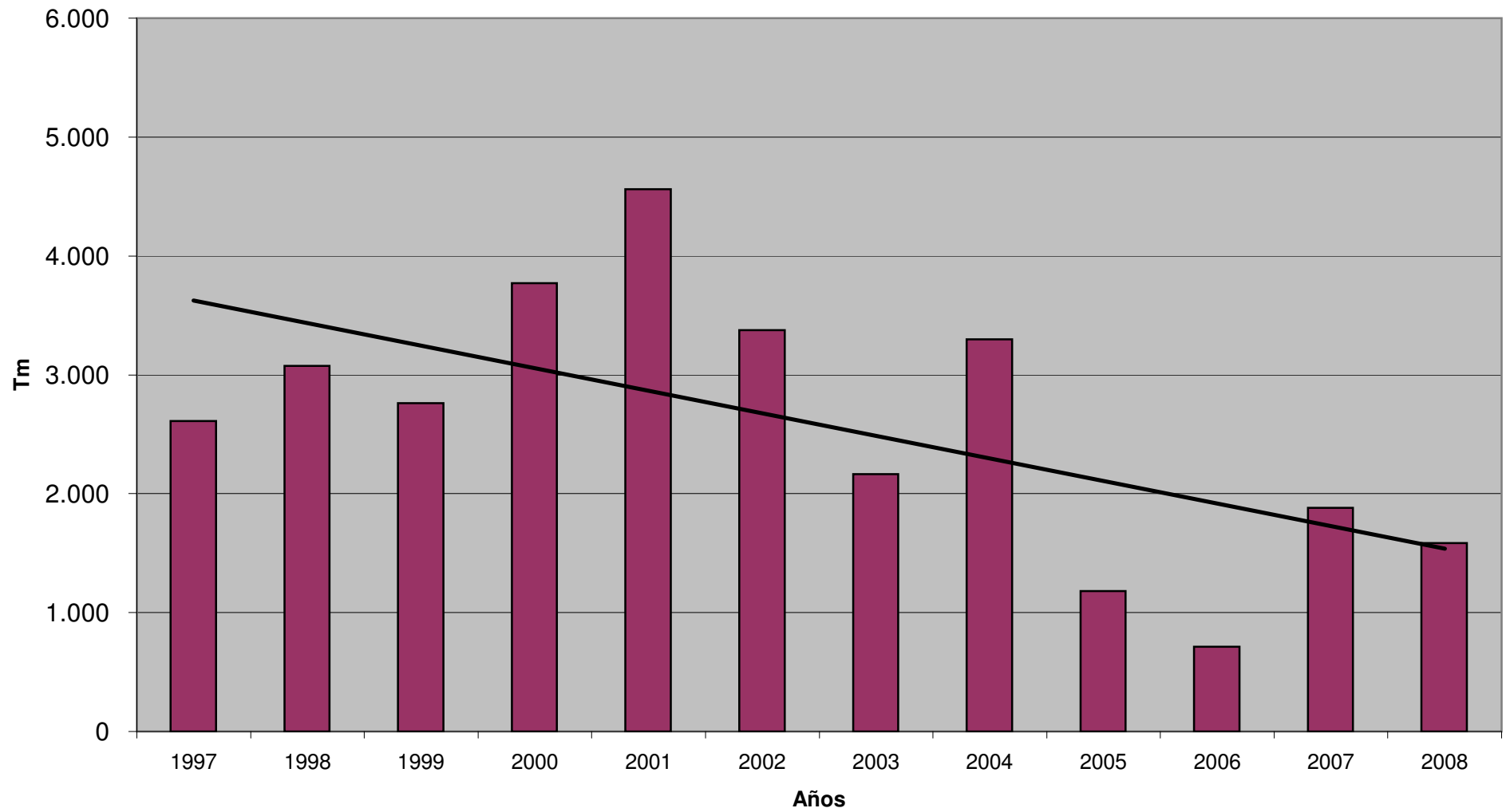
Exportaciones Proexport Semana 16



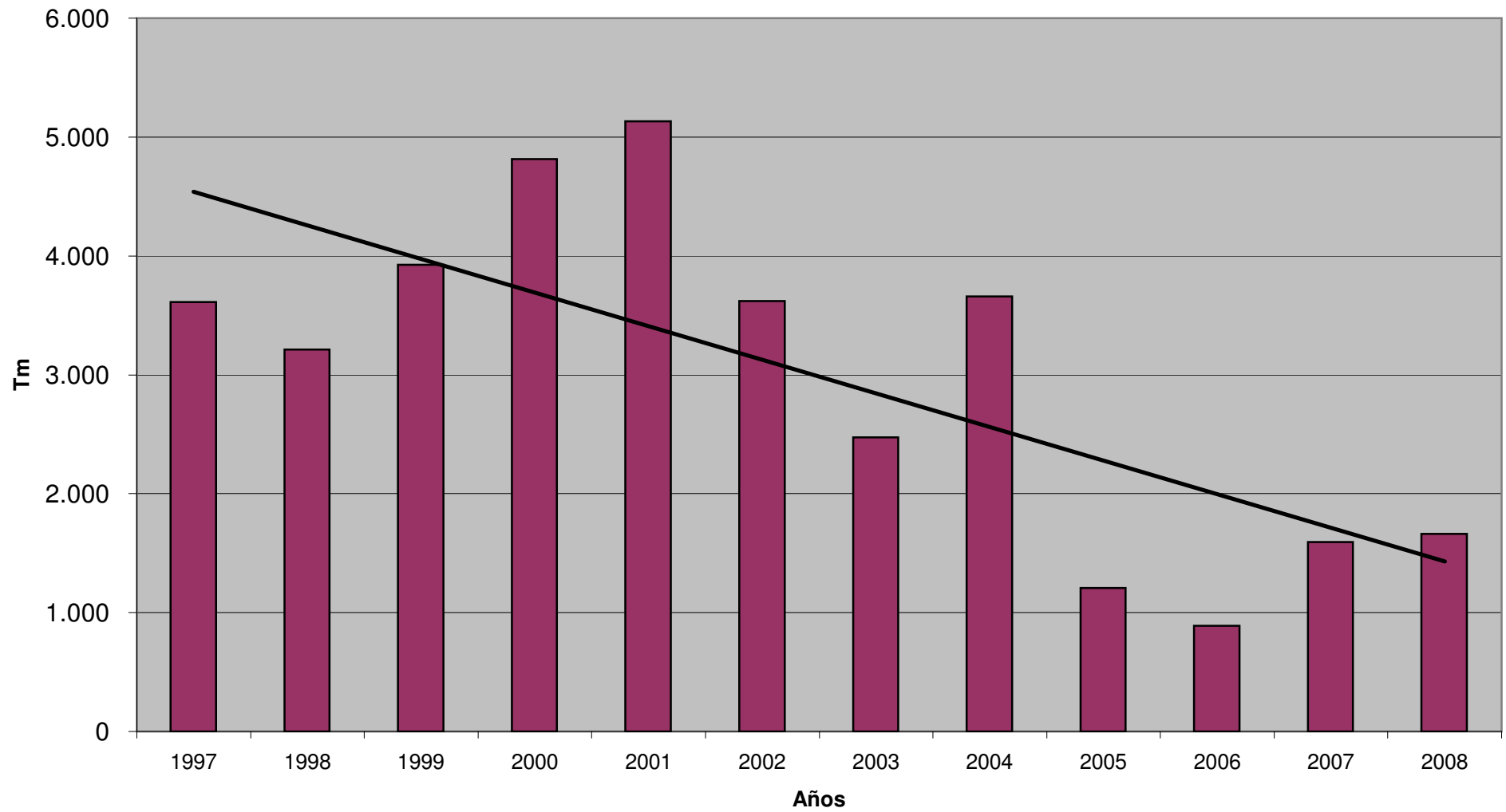
Exportaciones Proexport Semana 17



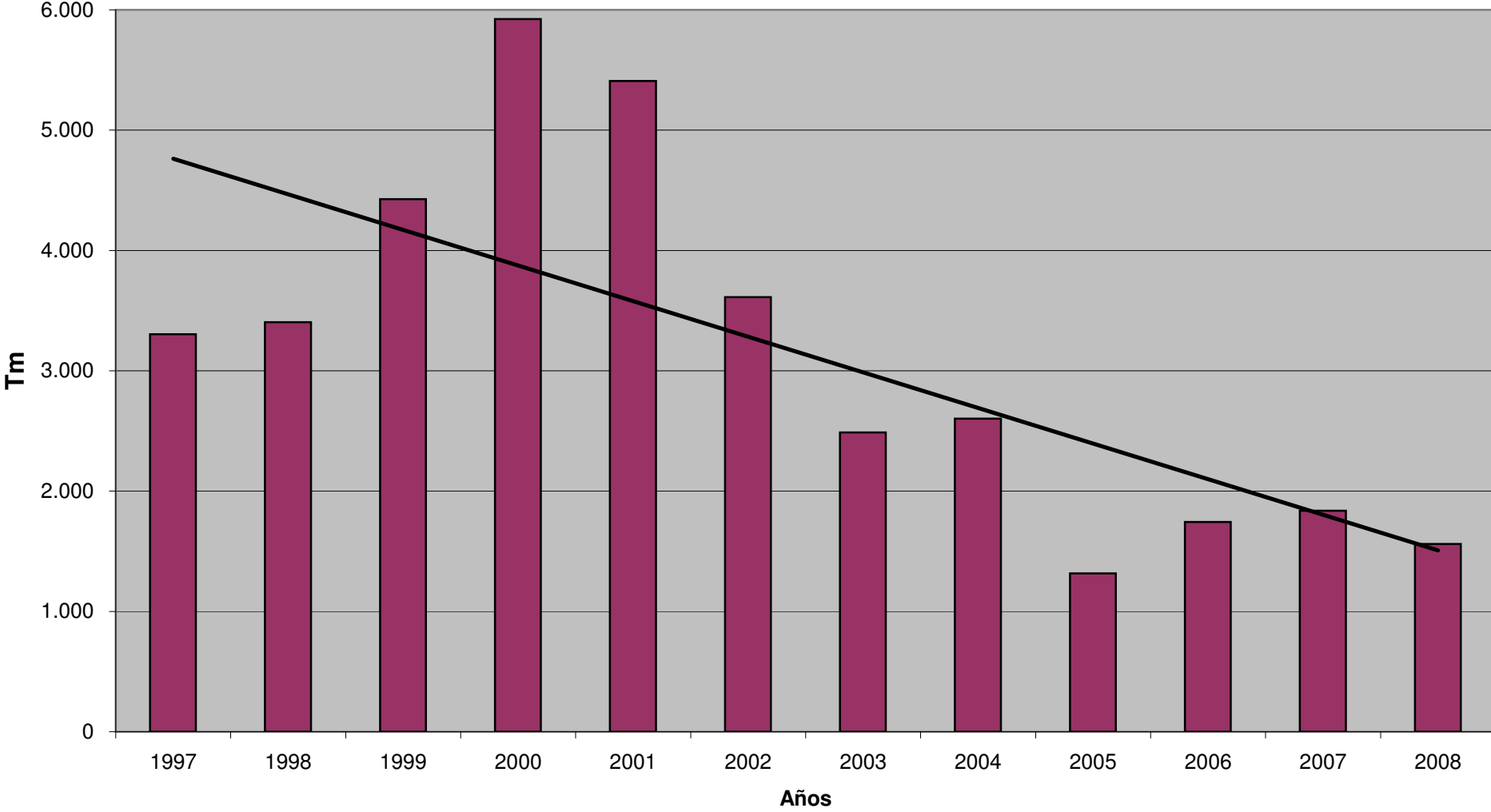
Exportaciones Proexport Semana 18



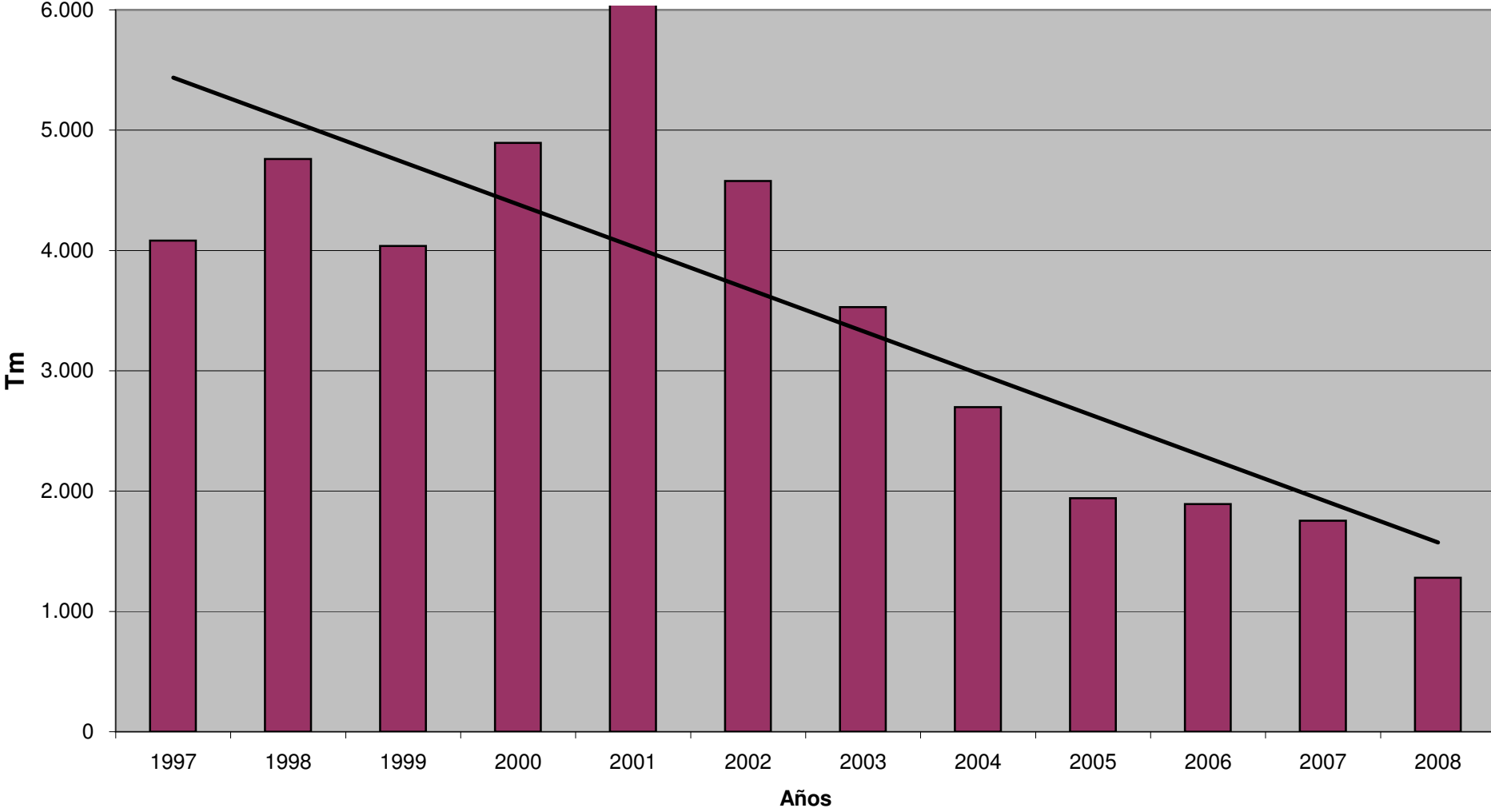
Exportaciones Proexport Semana 19



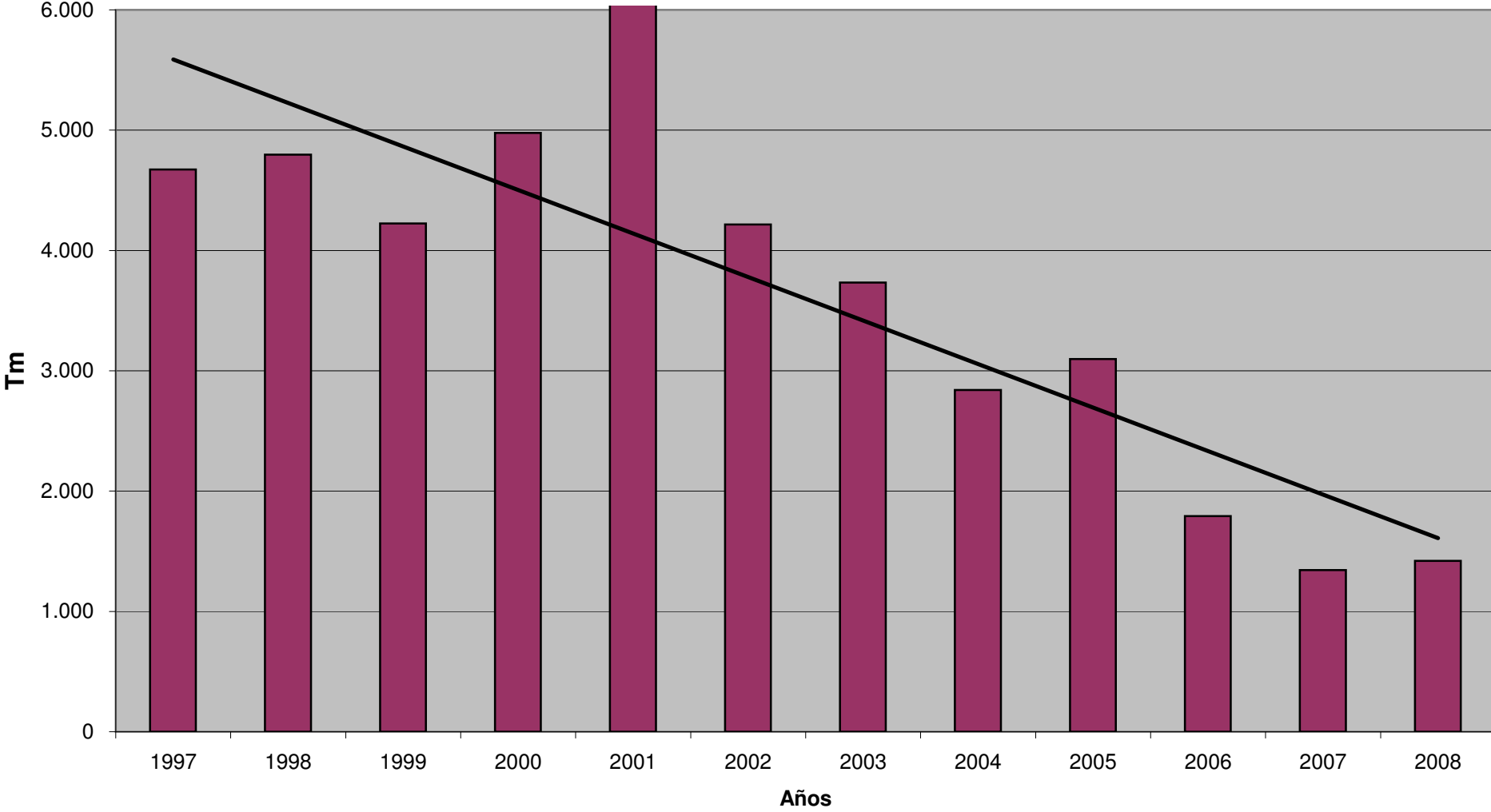
Exportaciones Proexport Semana 20



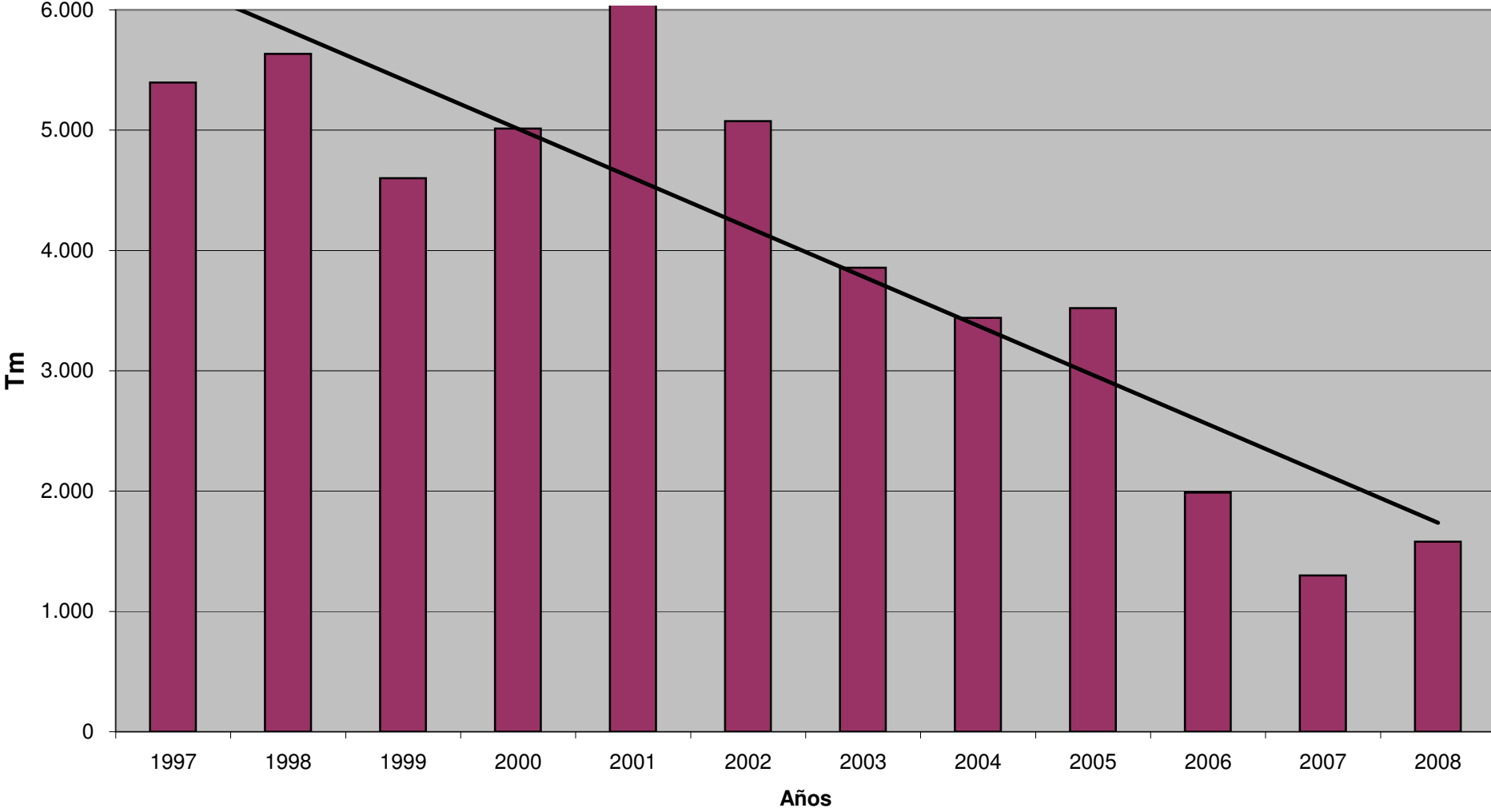
Exportaciones Proexport Semana 21



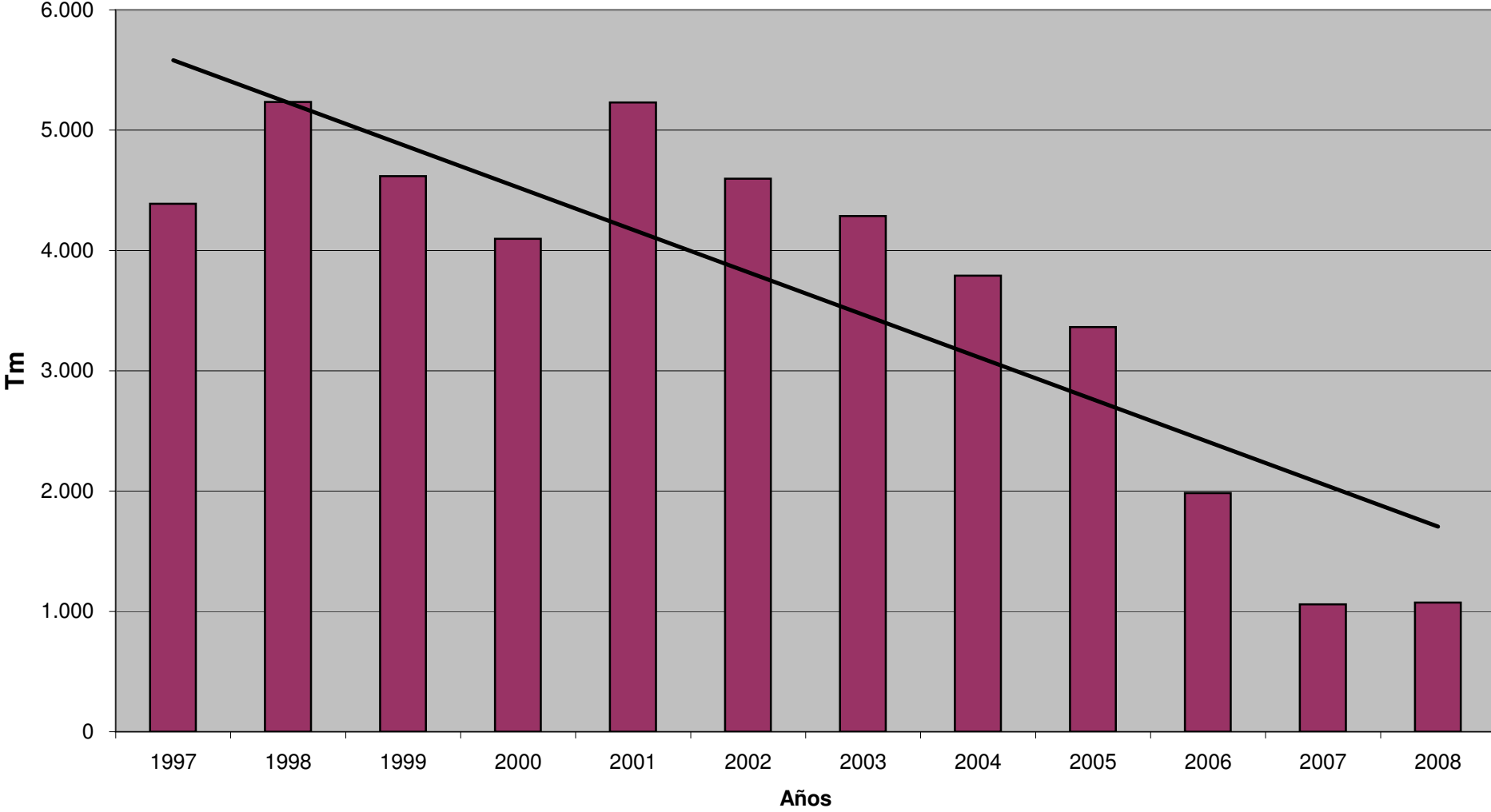
Exportaciones Proexport Semana 22



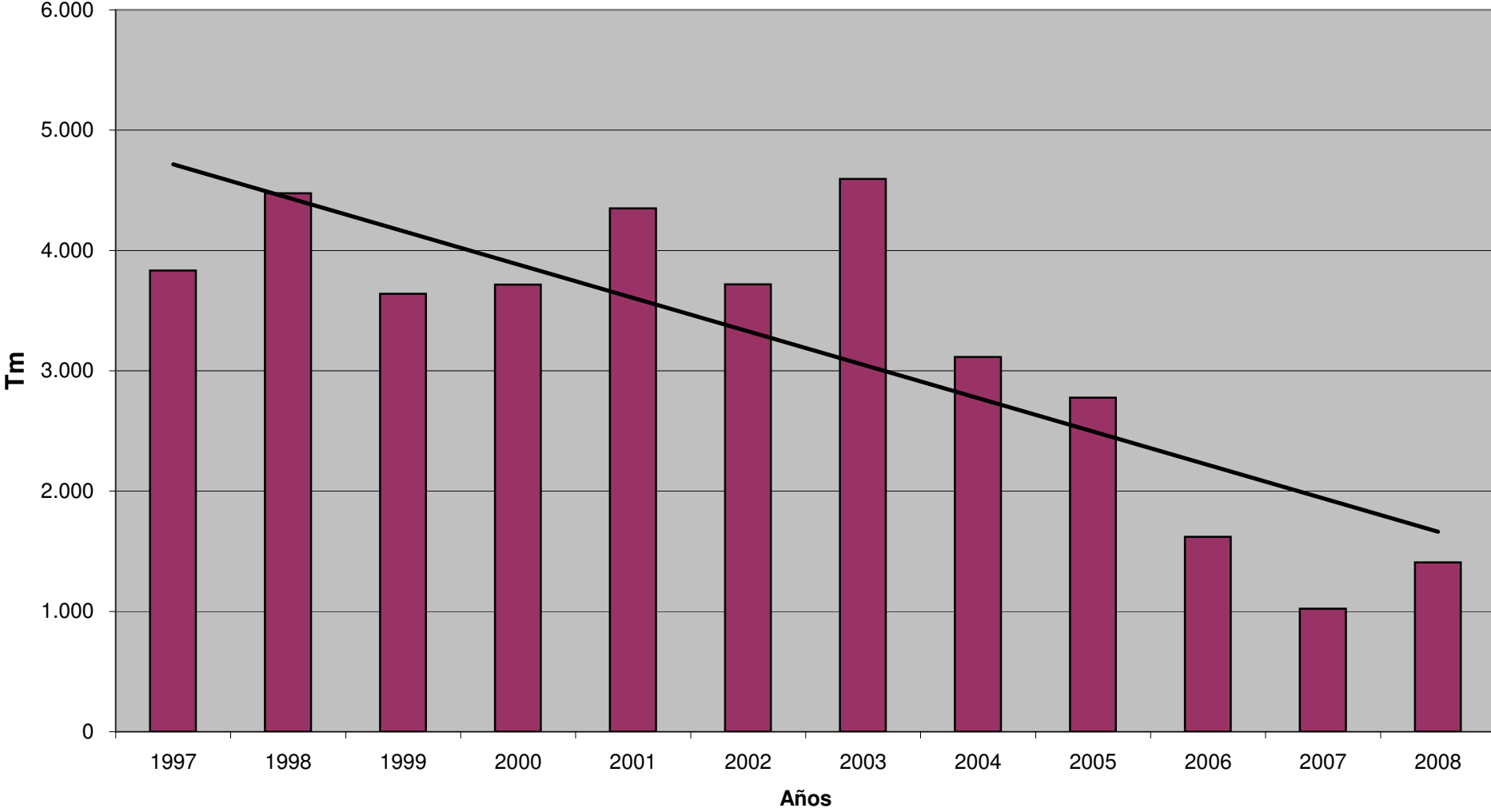
Exportaciones Proexport Semana 23



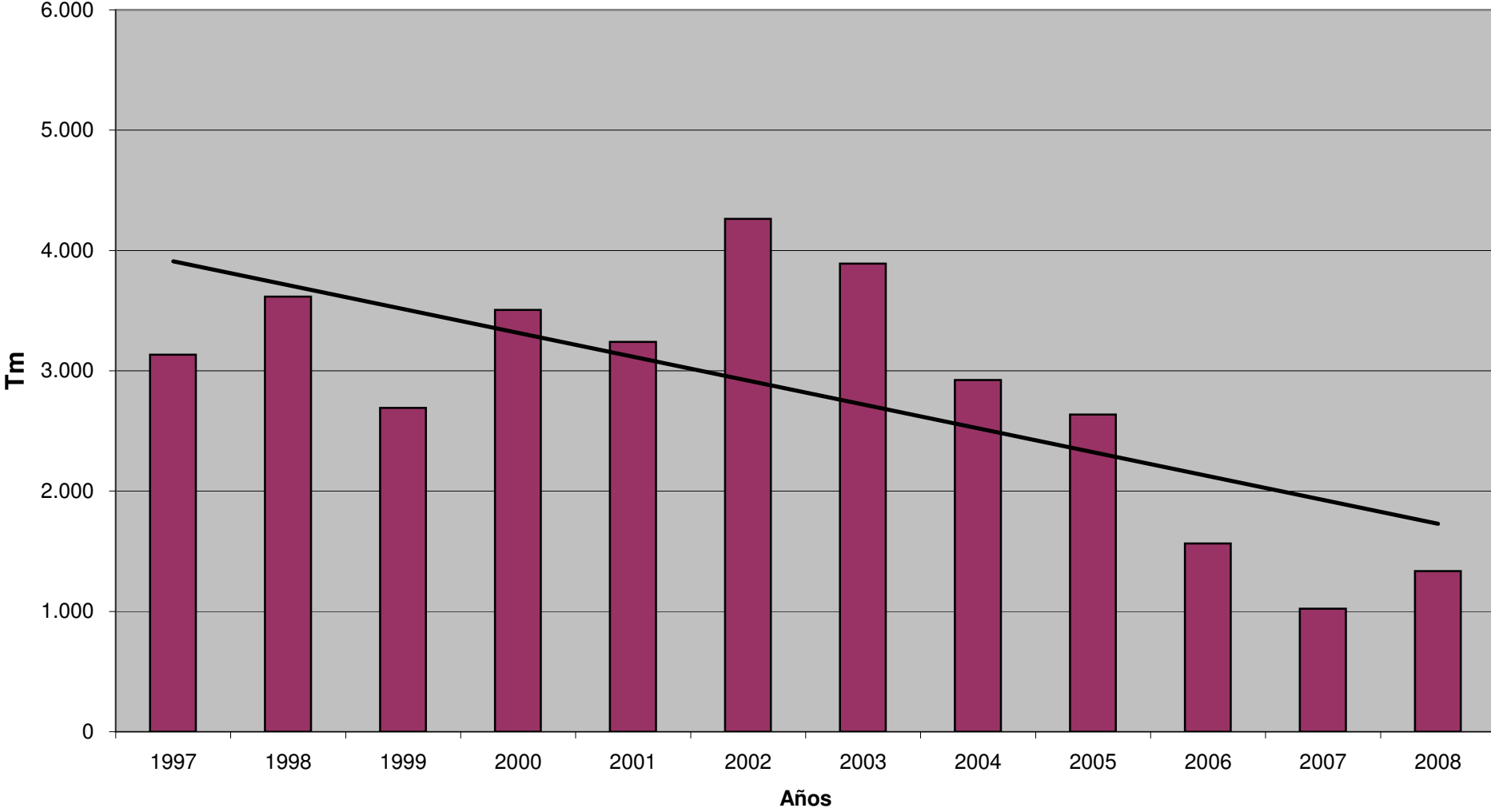
Exportaciones Proexport Semana 24



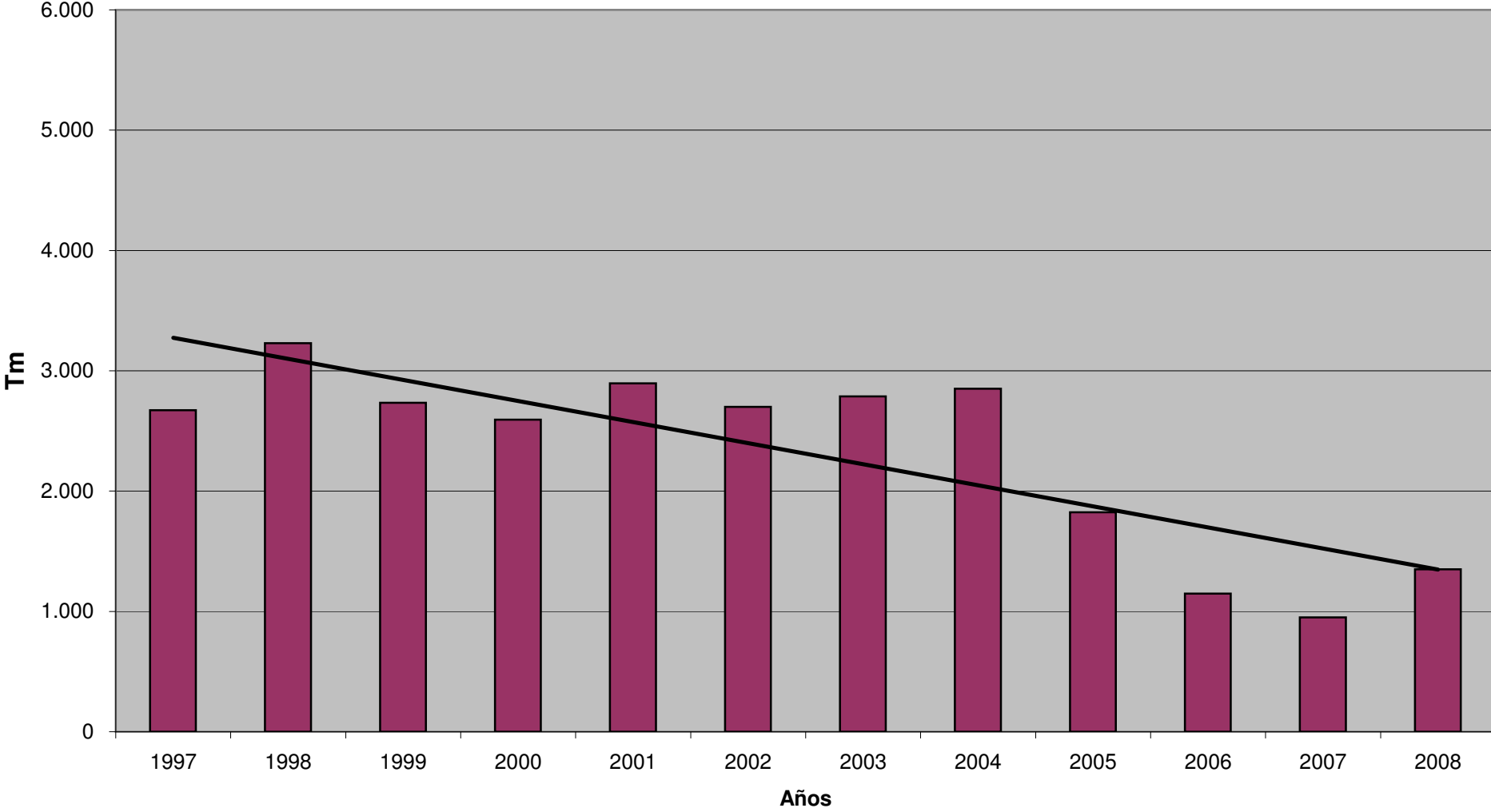
Exportaciones Proexport Semana 25



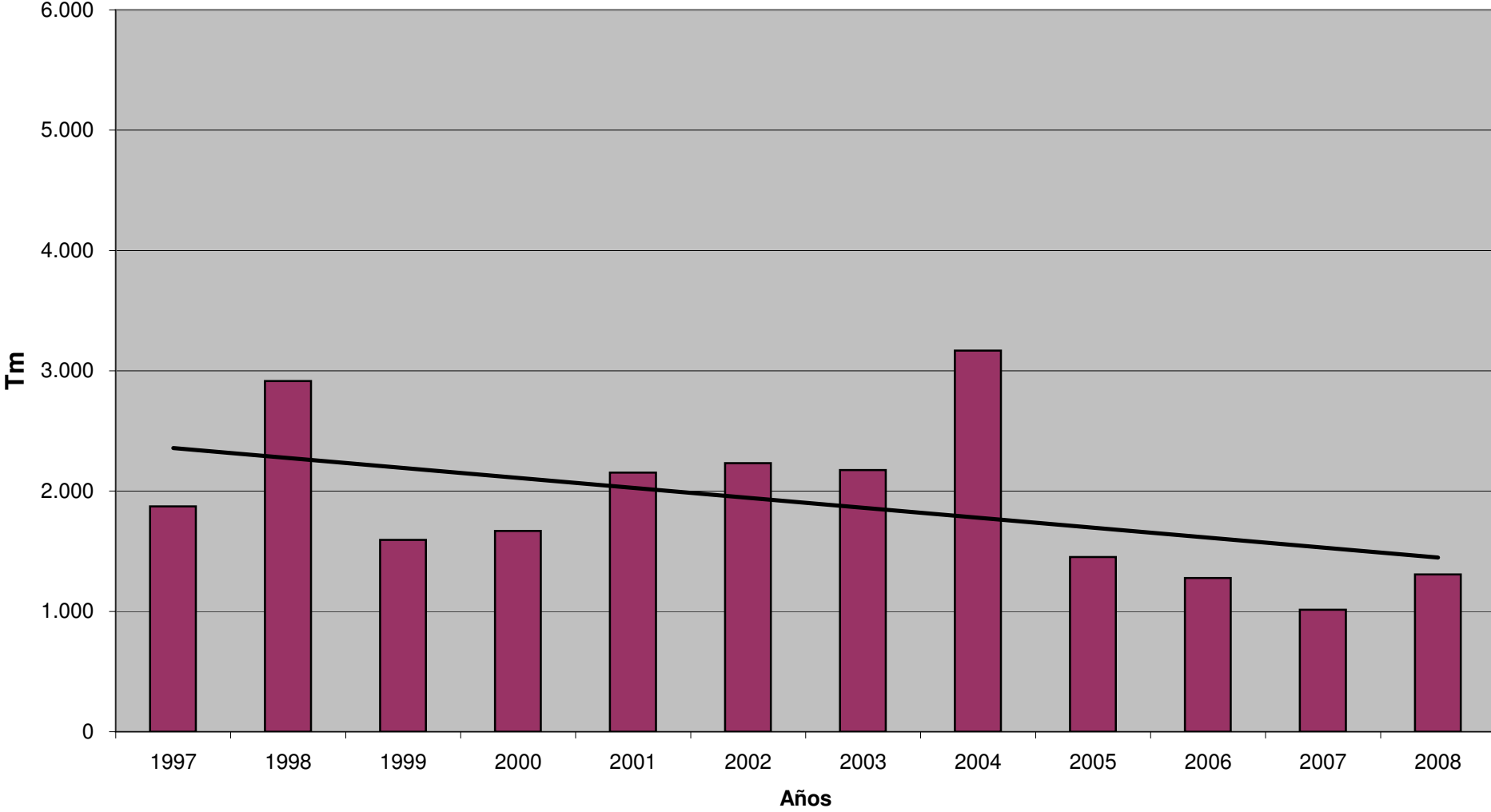
Exportaciones Proexport Semana 26



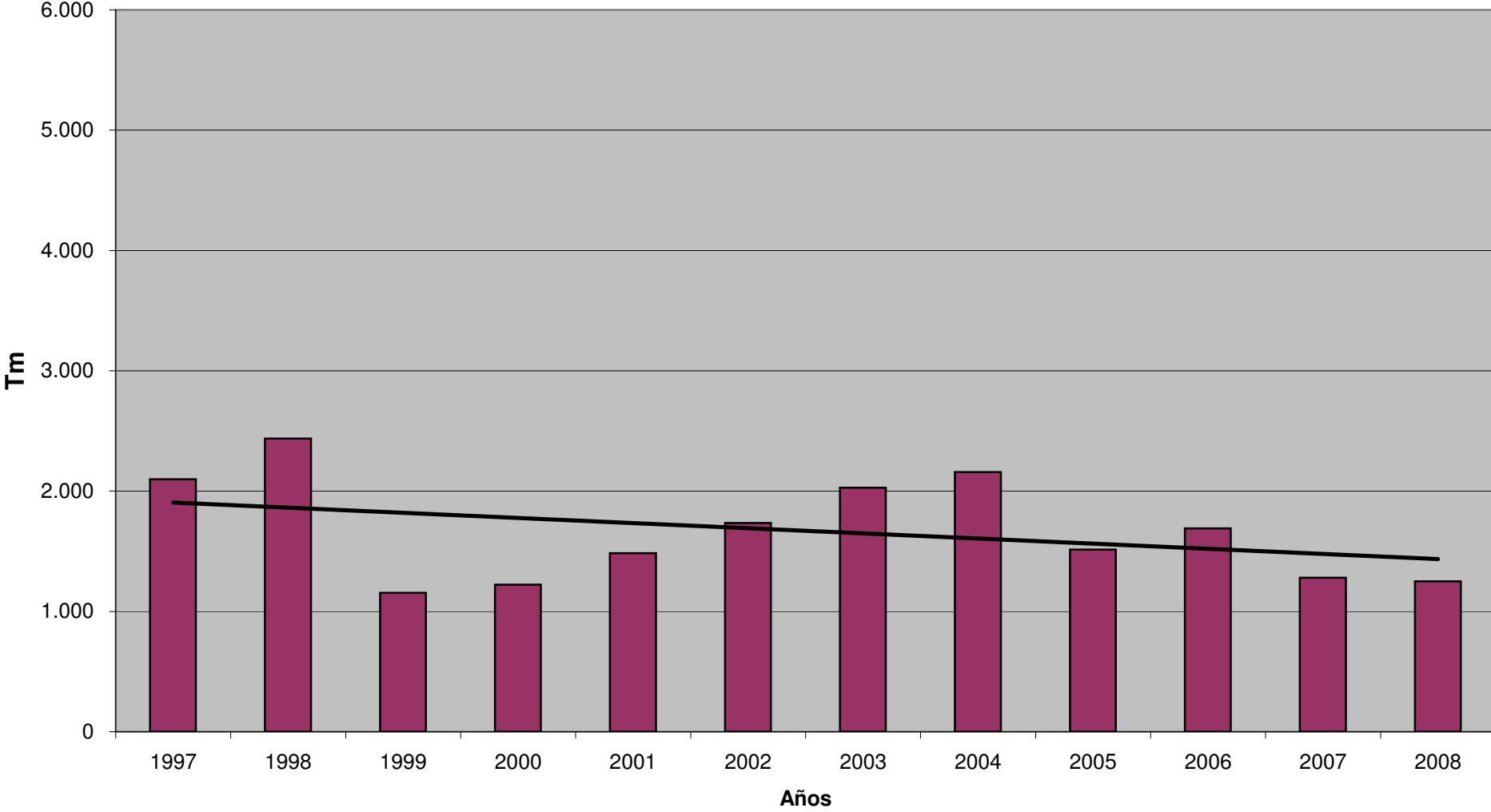
Exportaciones Proexport Semana 27



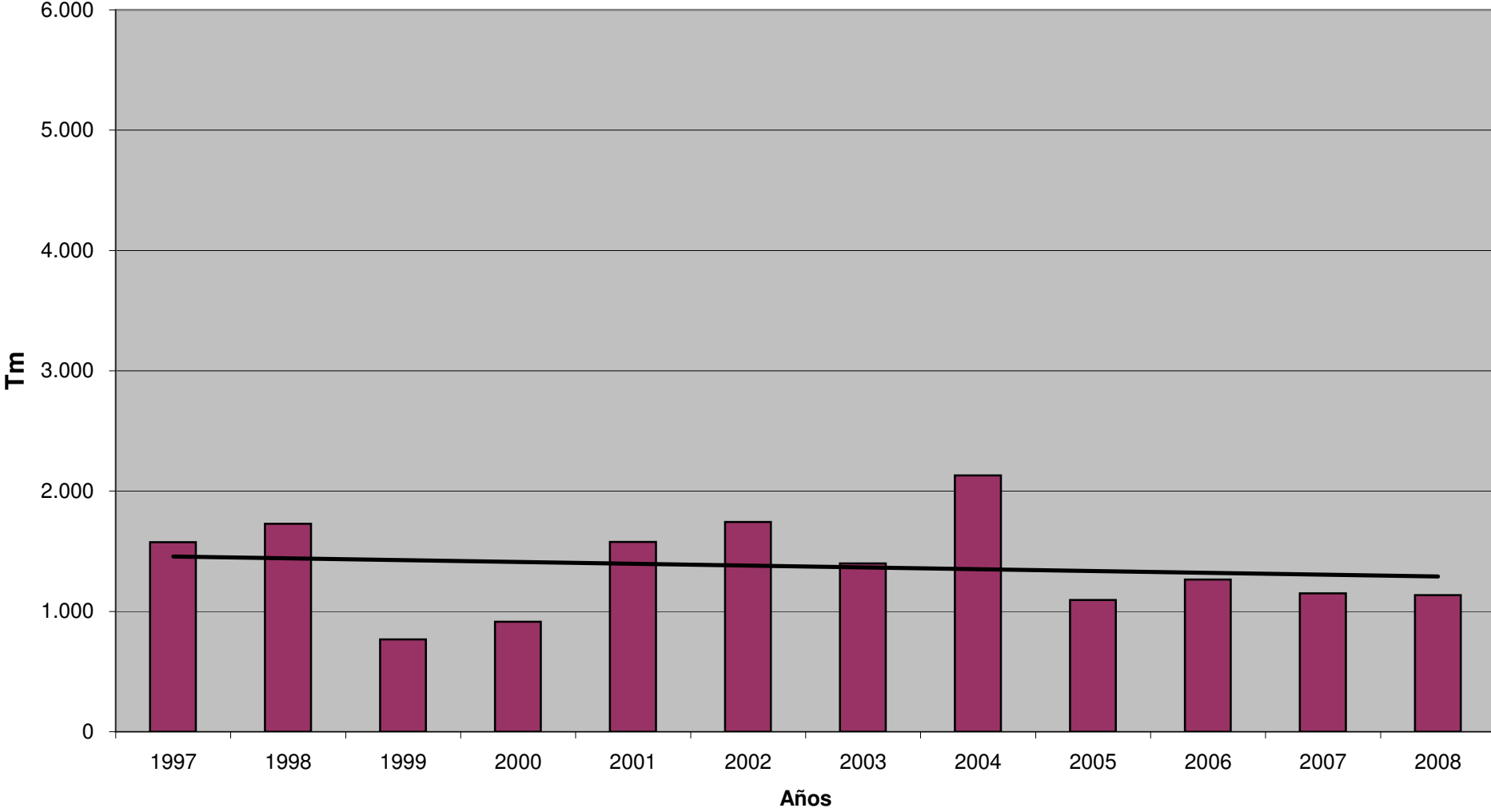
Exportaciones Proexport Semana 28



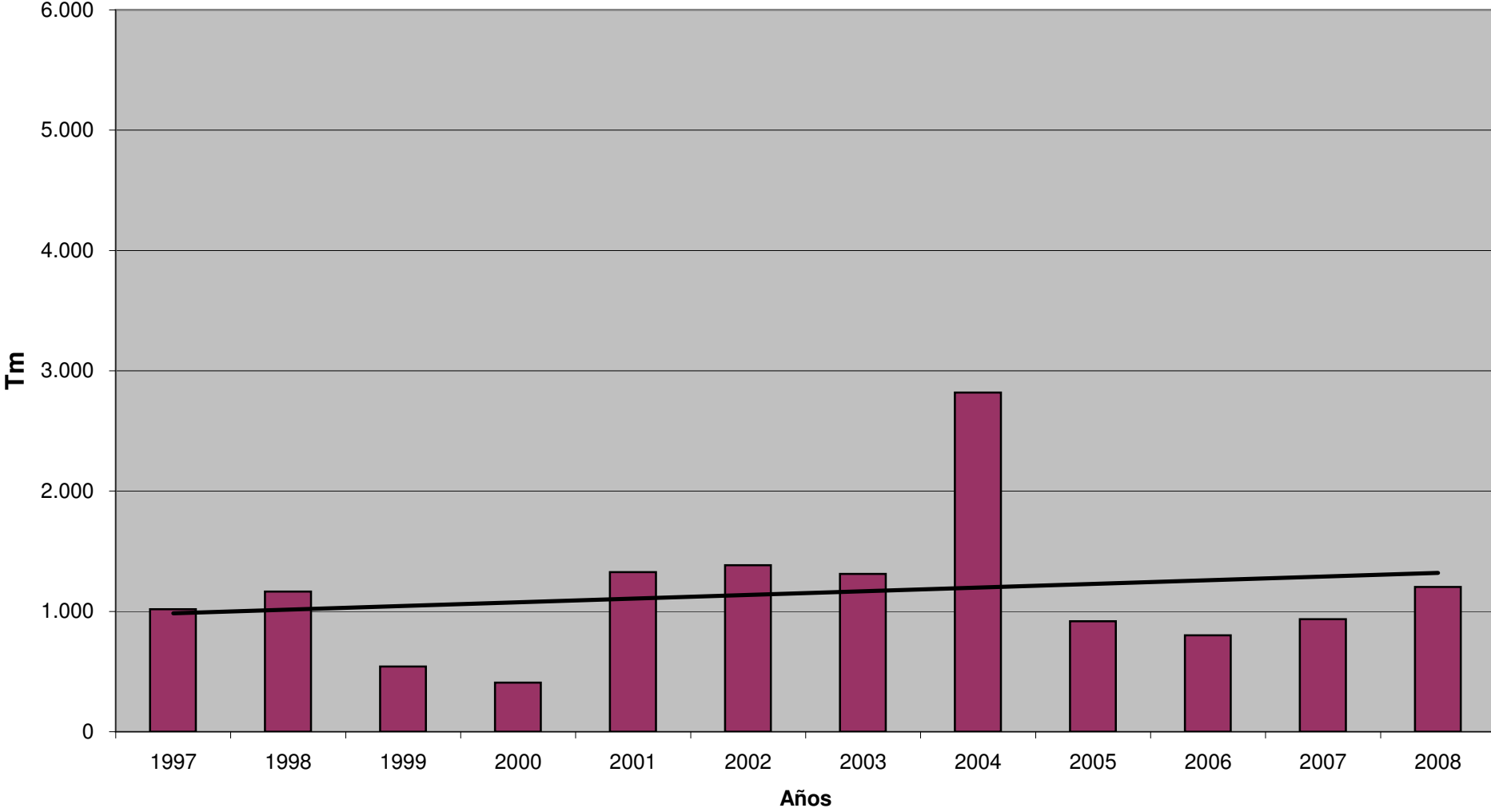
Exportaciones Proexport Semana 29



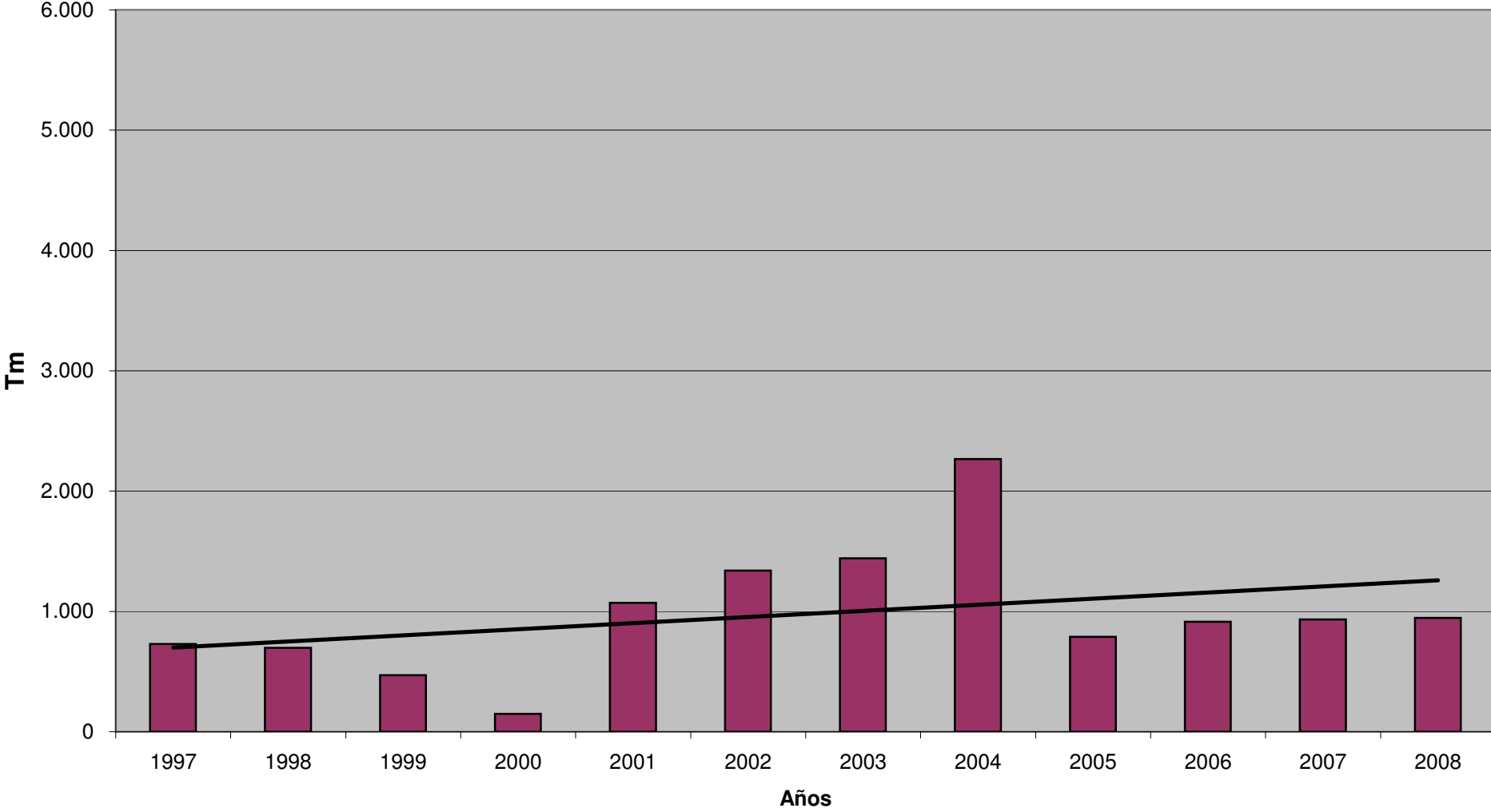
Exportaciones Proexport Semana 30



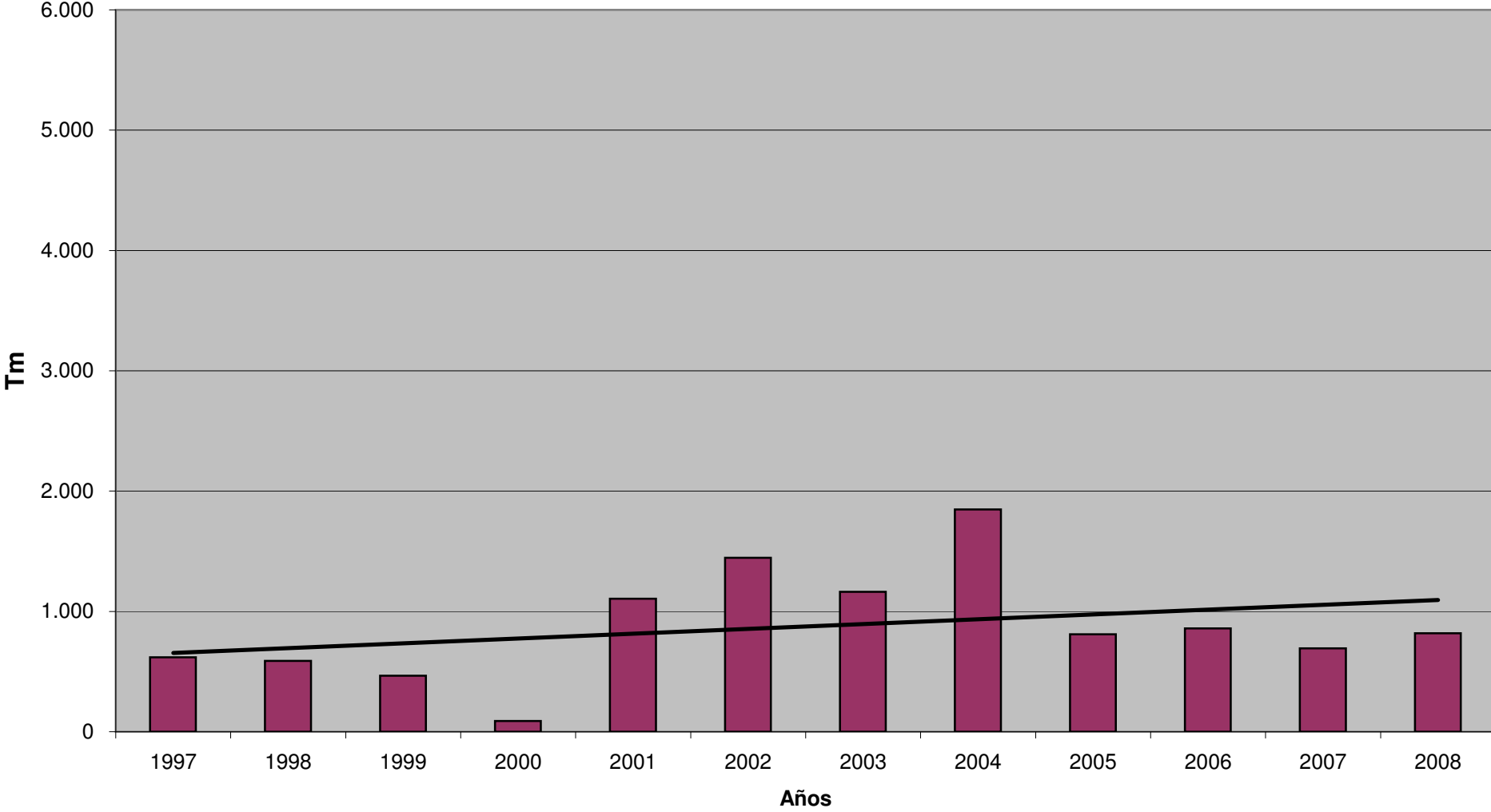
Exportaciones Proexport Semana 31



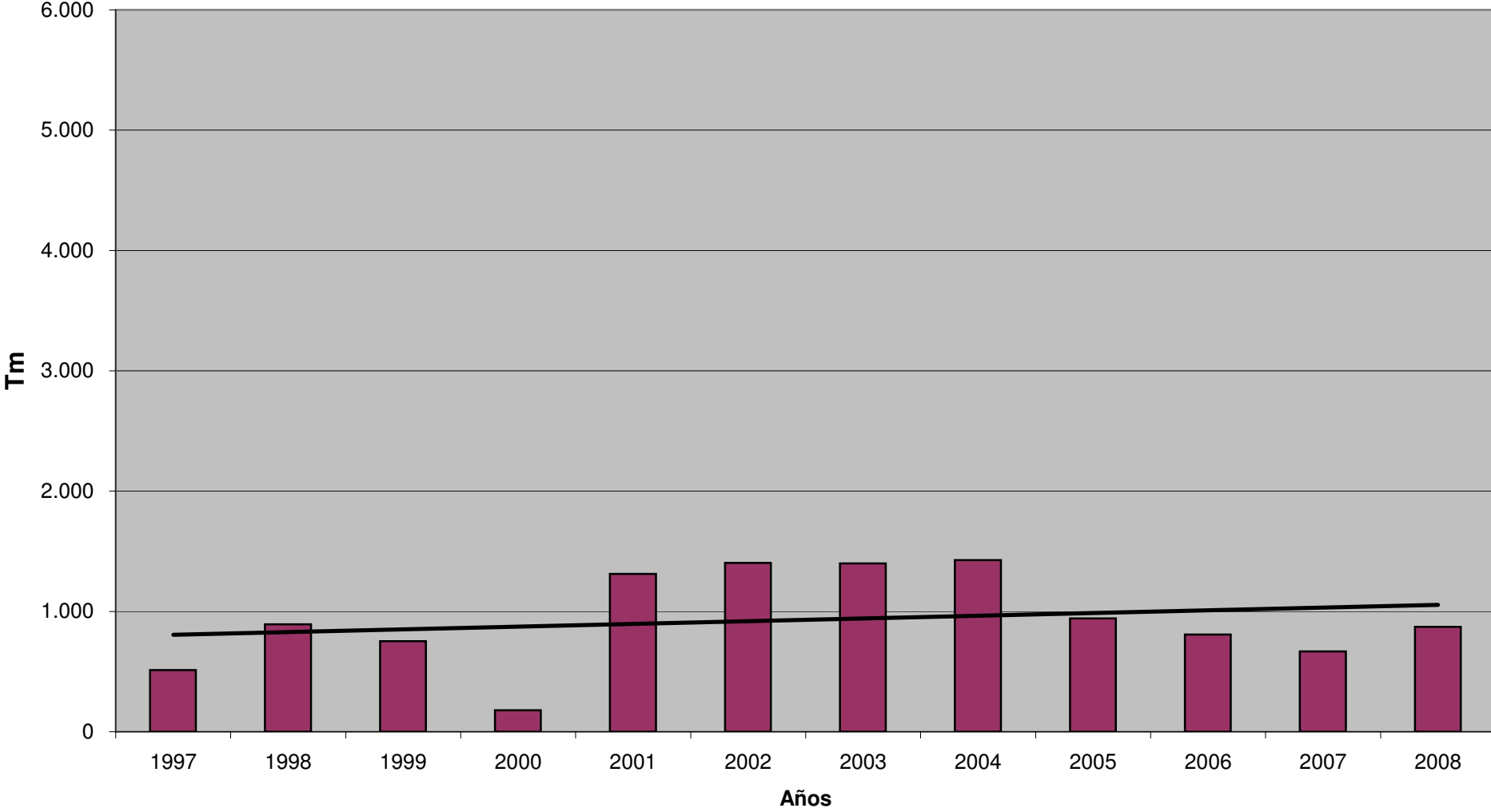
Exportaciones Proexport Semana 32



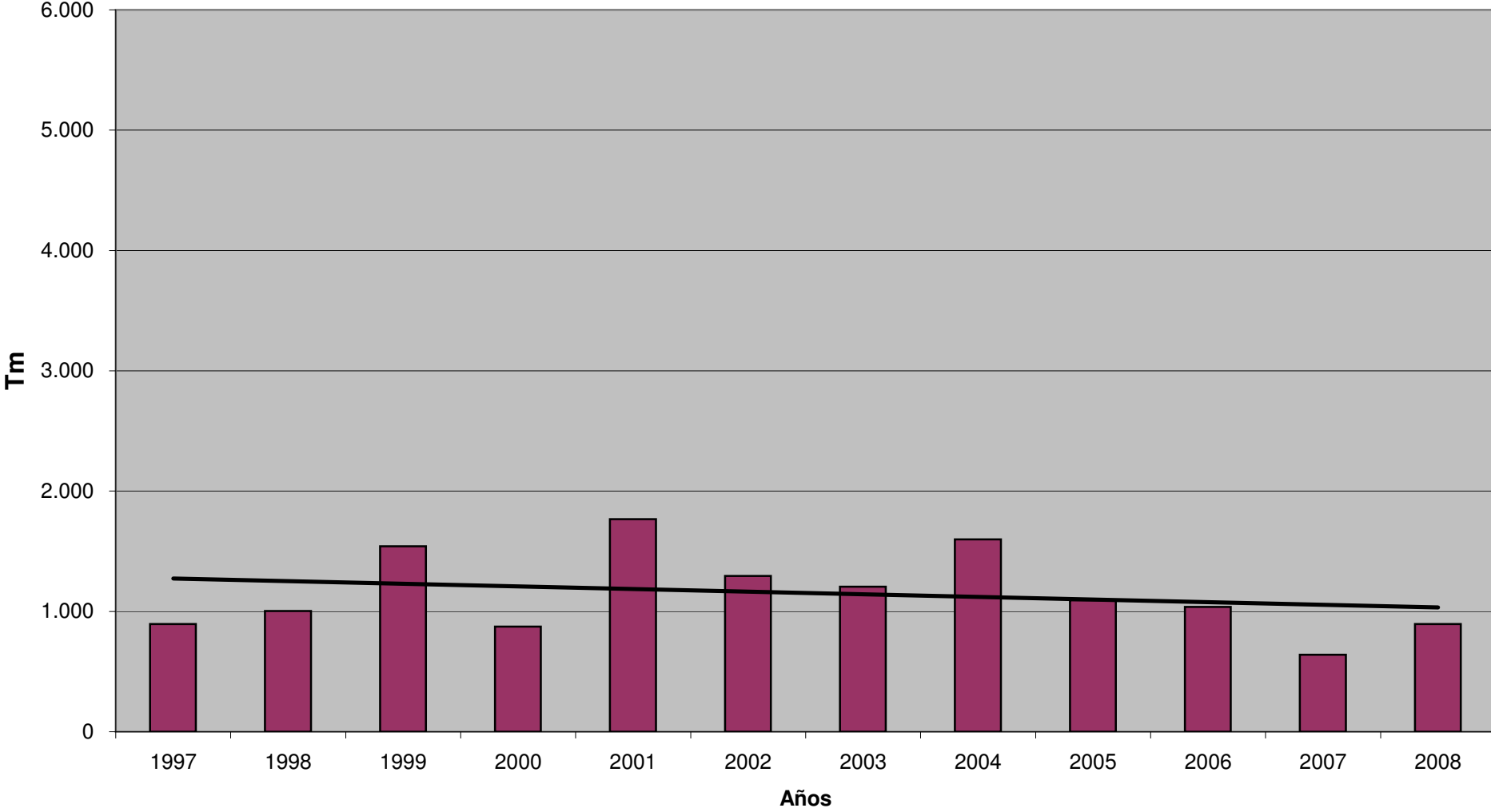
Exportaciones Proexport Semana 33



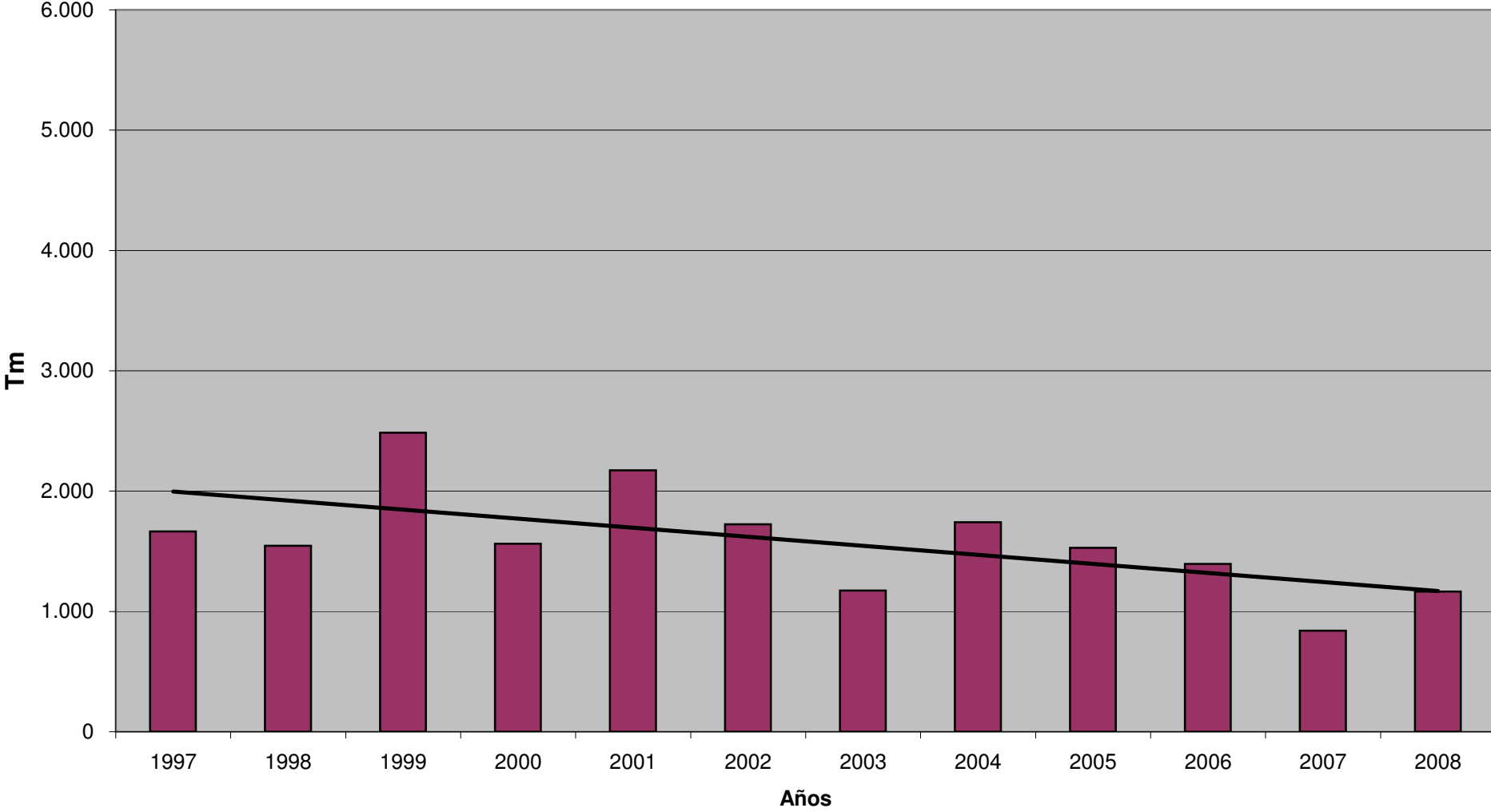
Exportaciones Proexport Semana 34



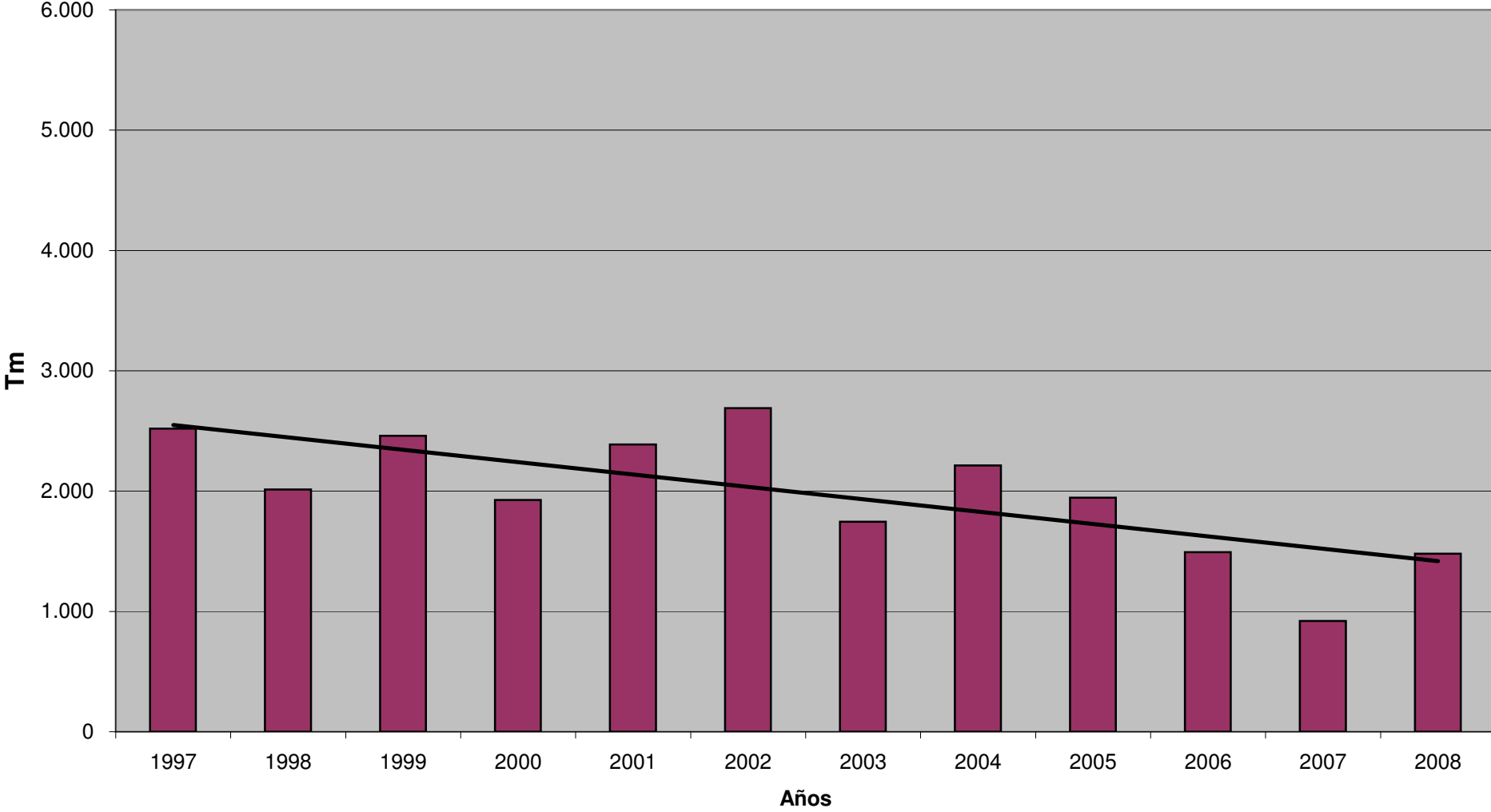
Exportaciones Proexport Semana 35



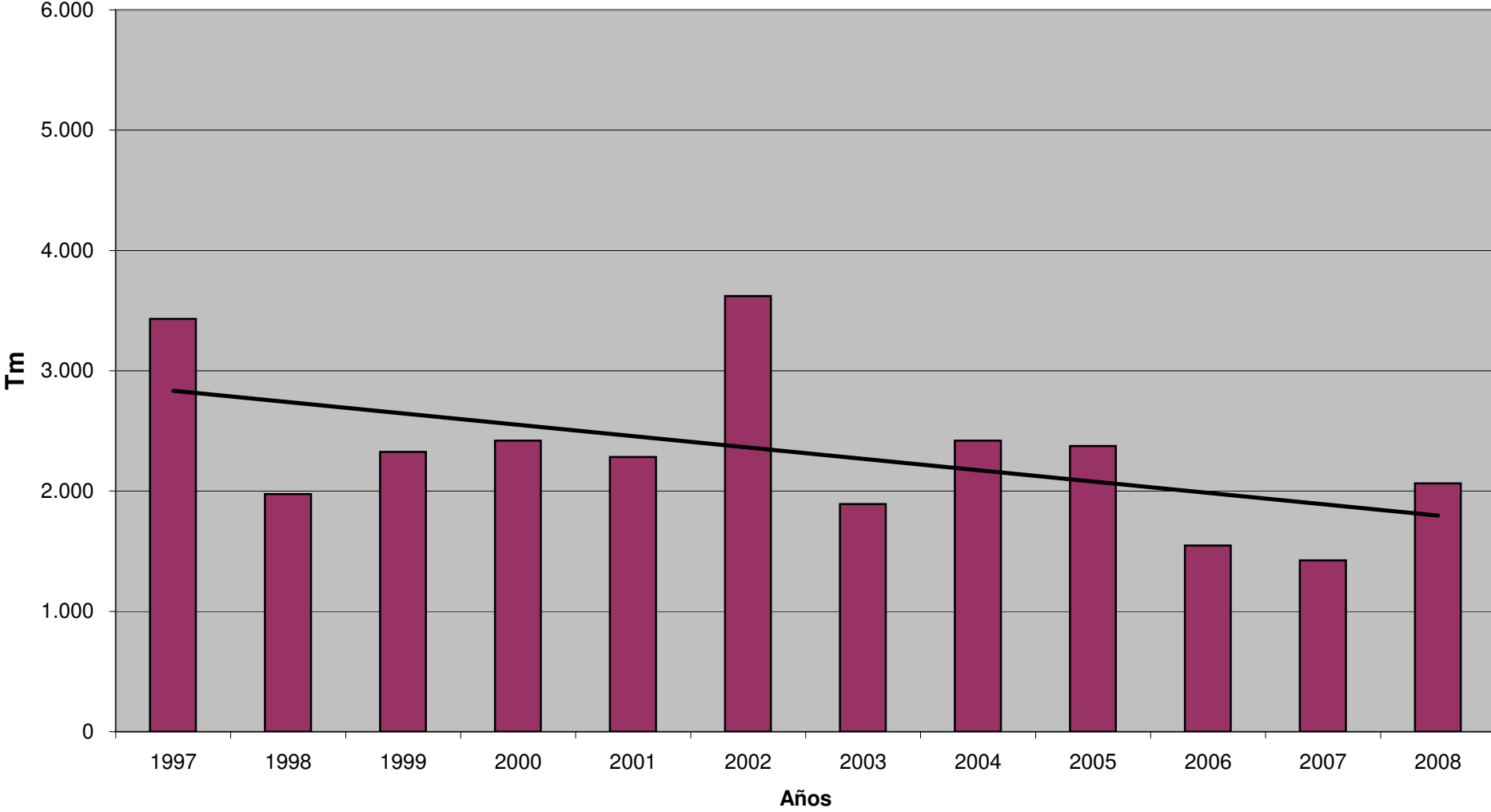
Exportaciones Proexport Semana 36



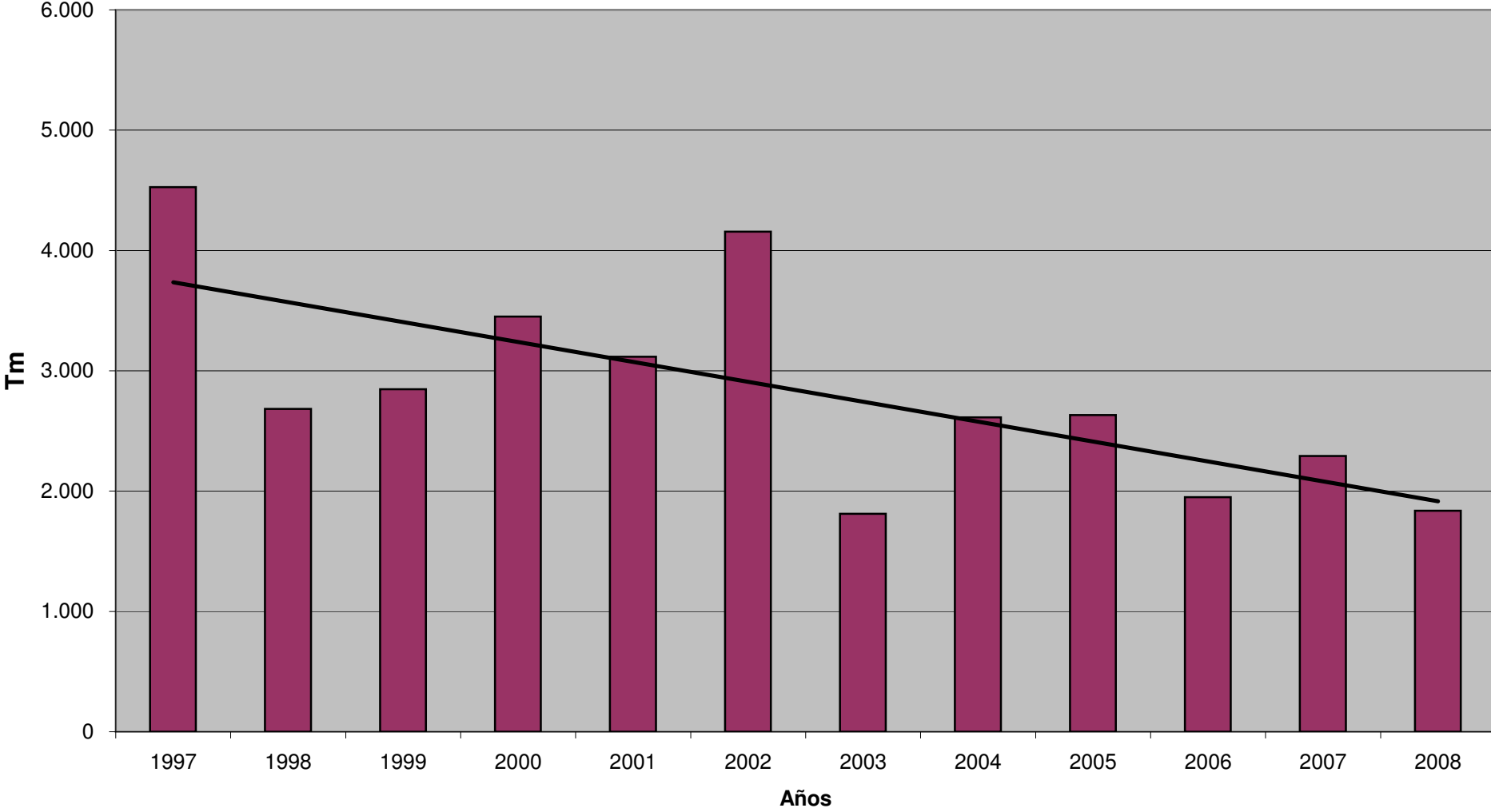
Exportaciones Proexport Semana 37



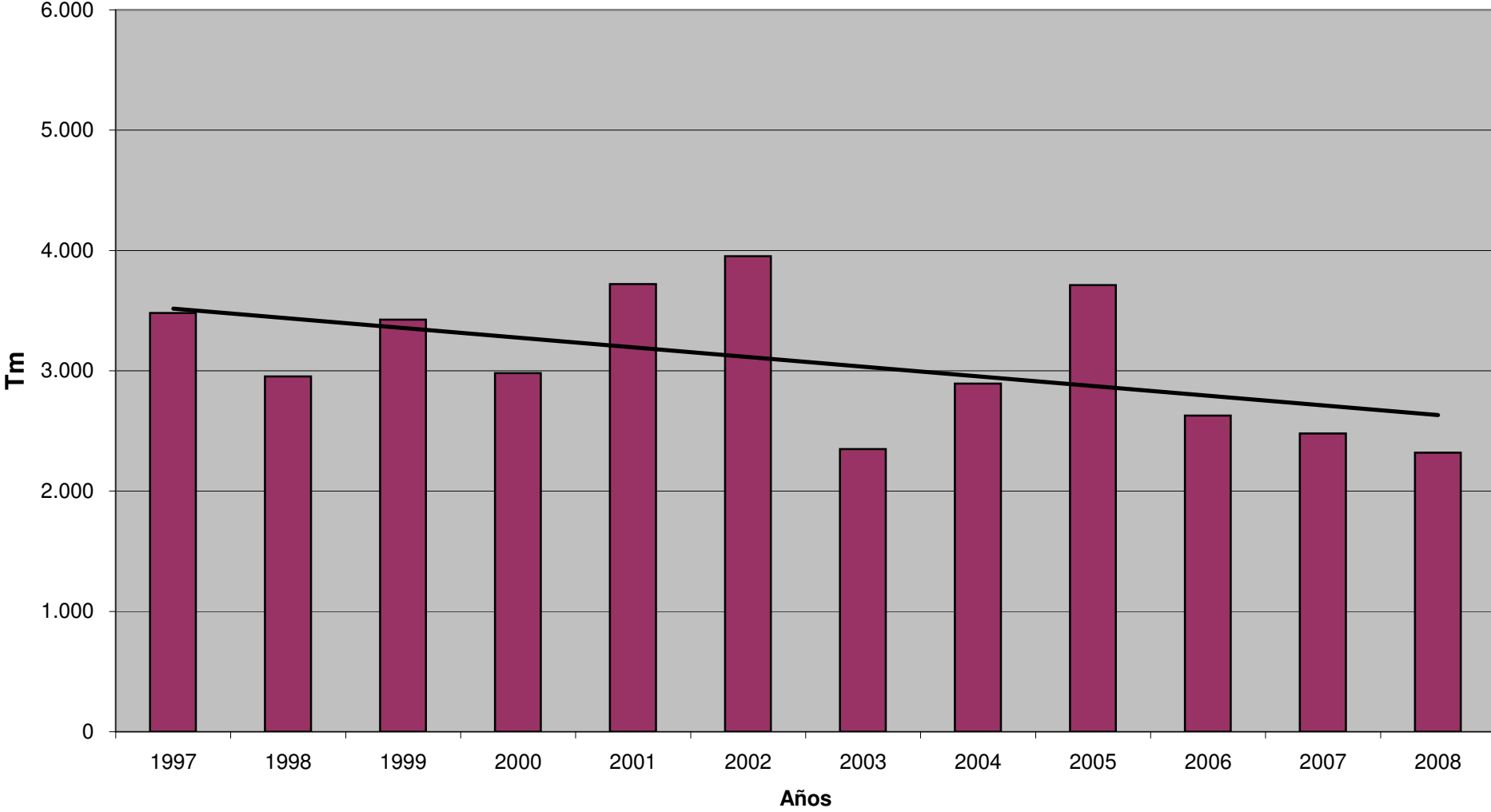
Exportaciones Proexport Semana 38



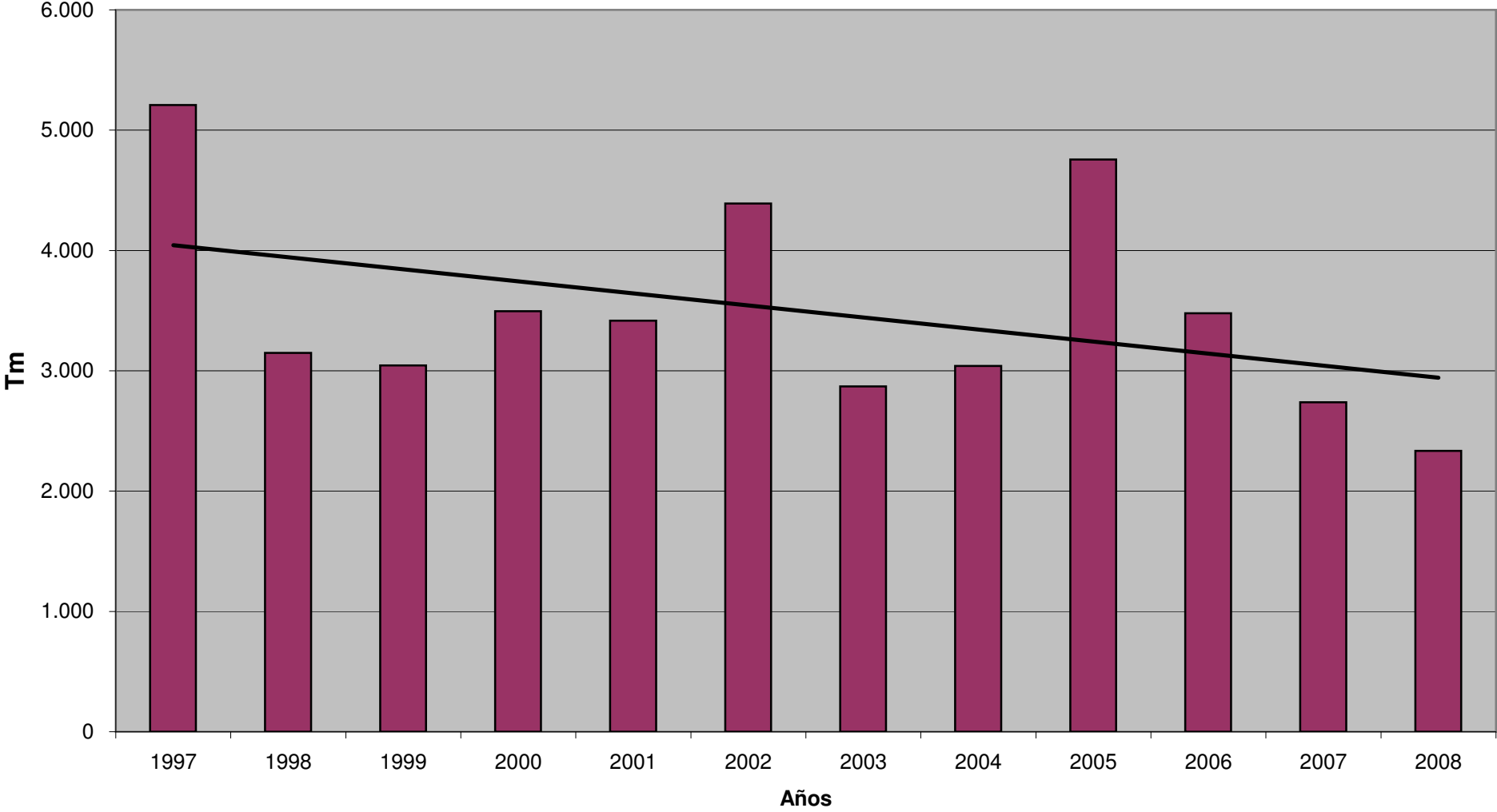
Exportaciones Proexport Semana 39



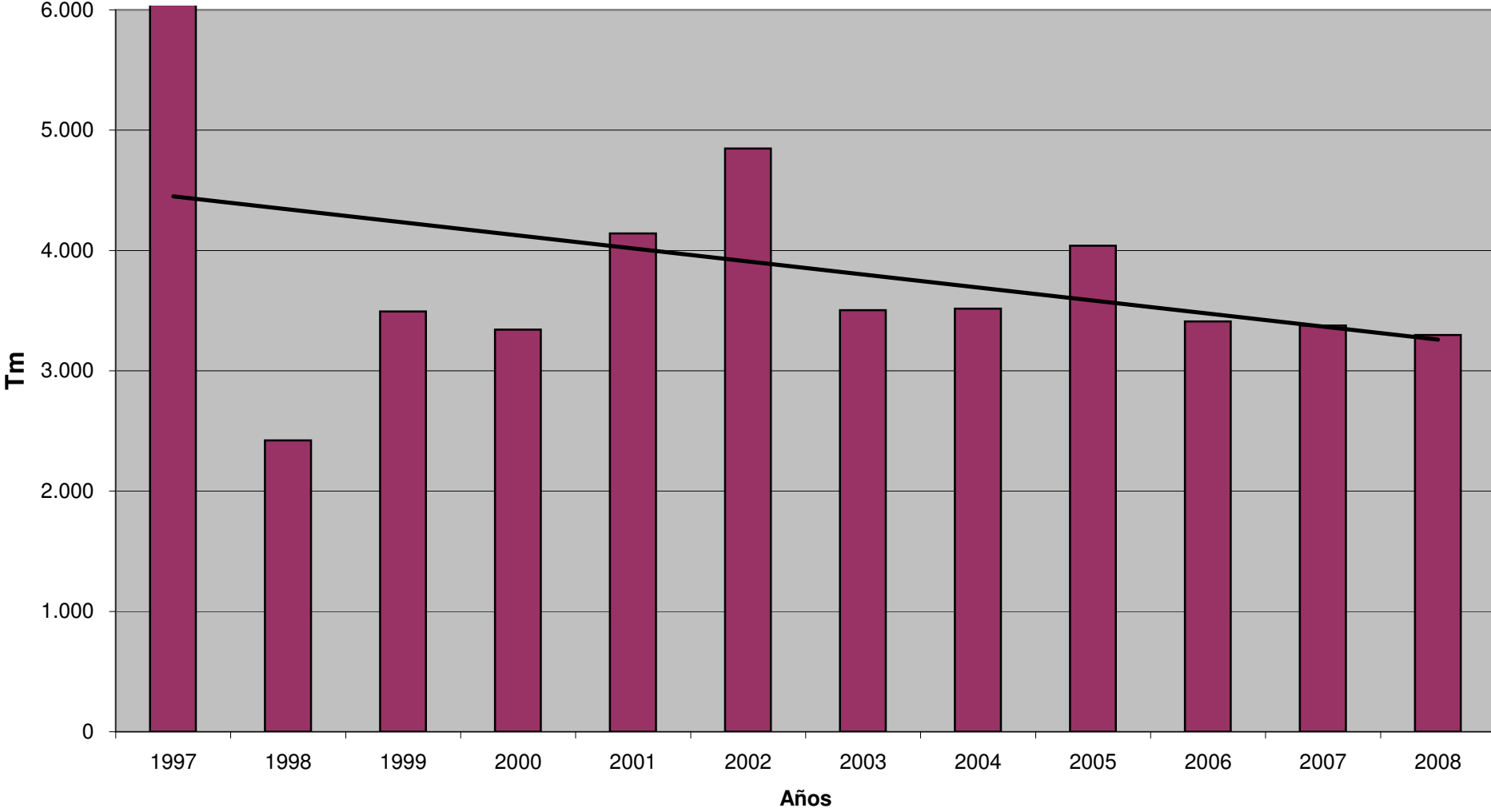
Exportaciones Proexport Semana 40



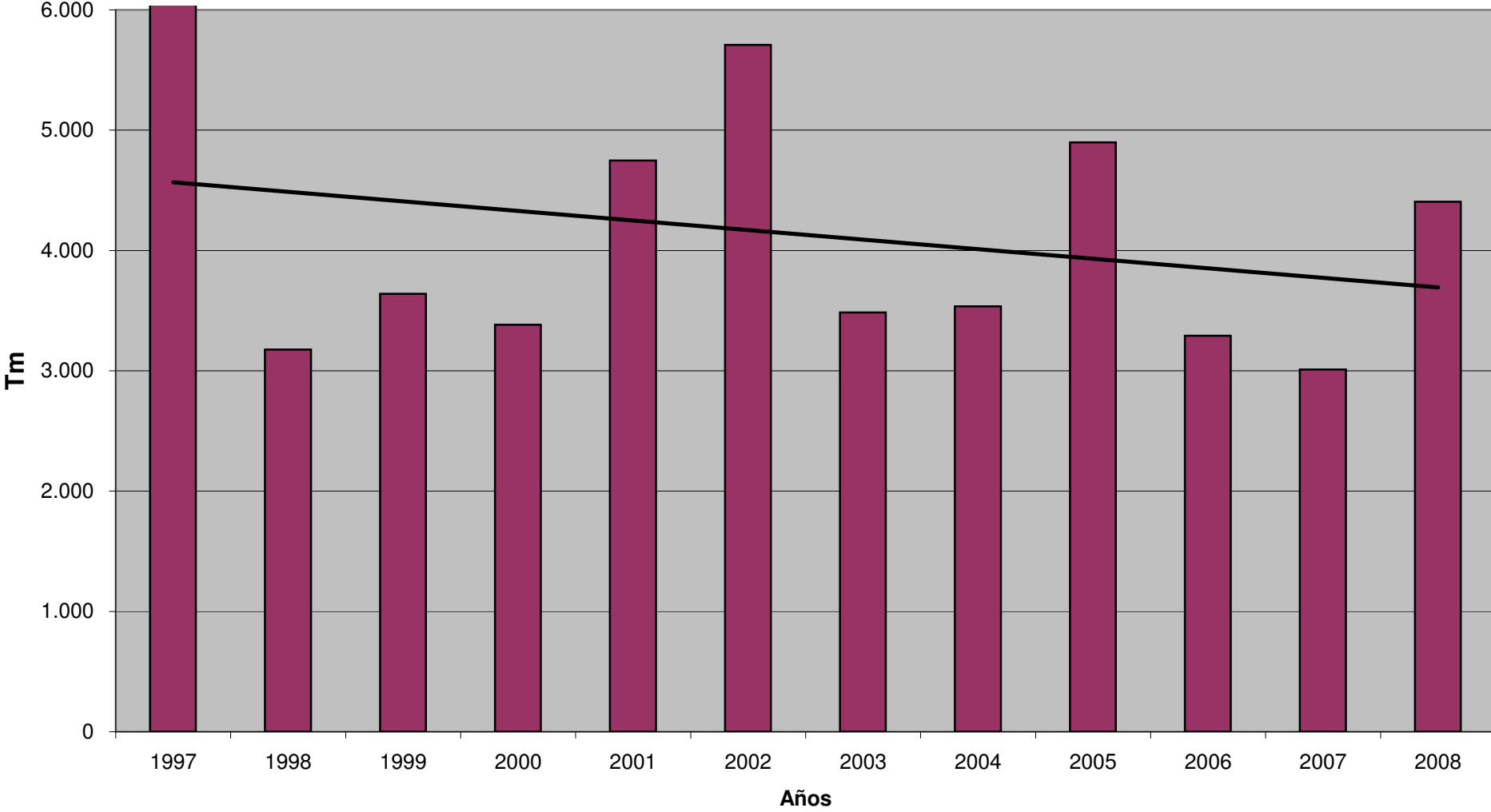
Exportaciones Proexport Semana 41



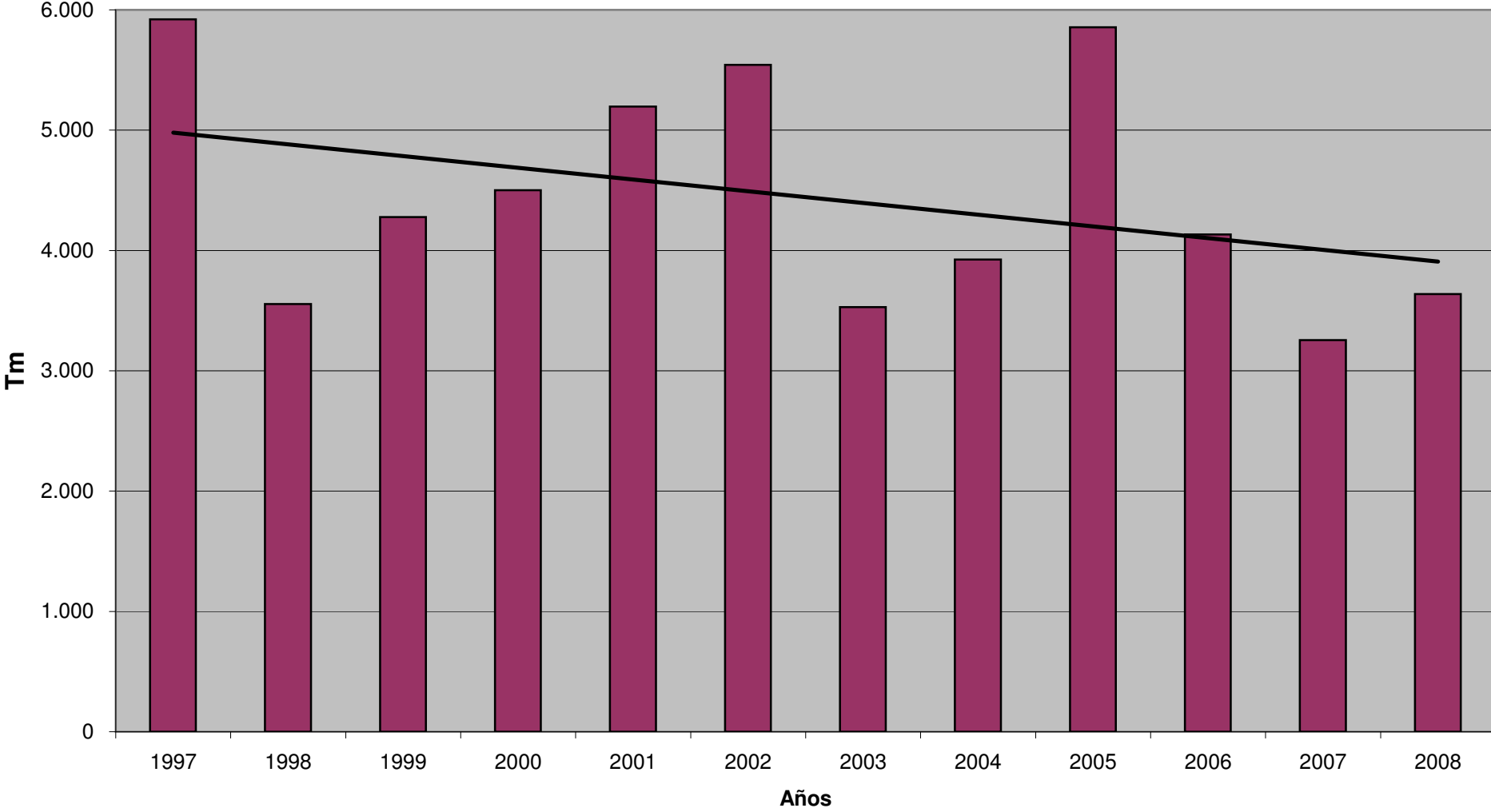
Exportaciones Proexport Semana 42



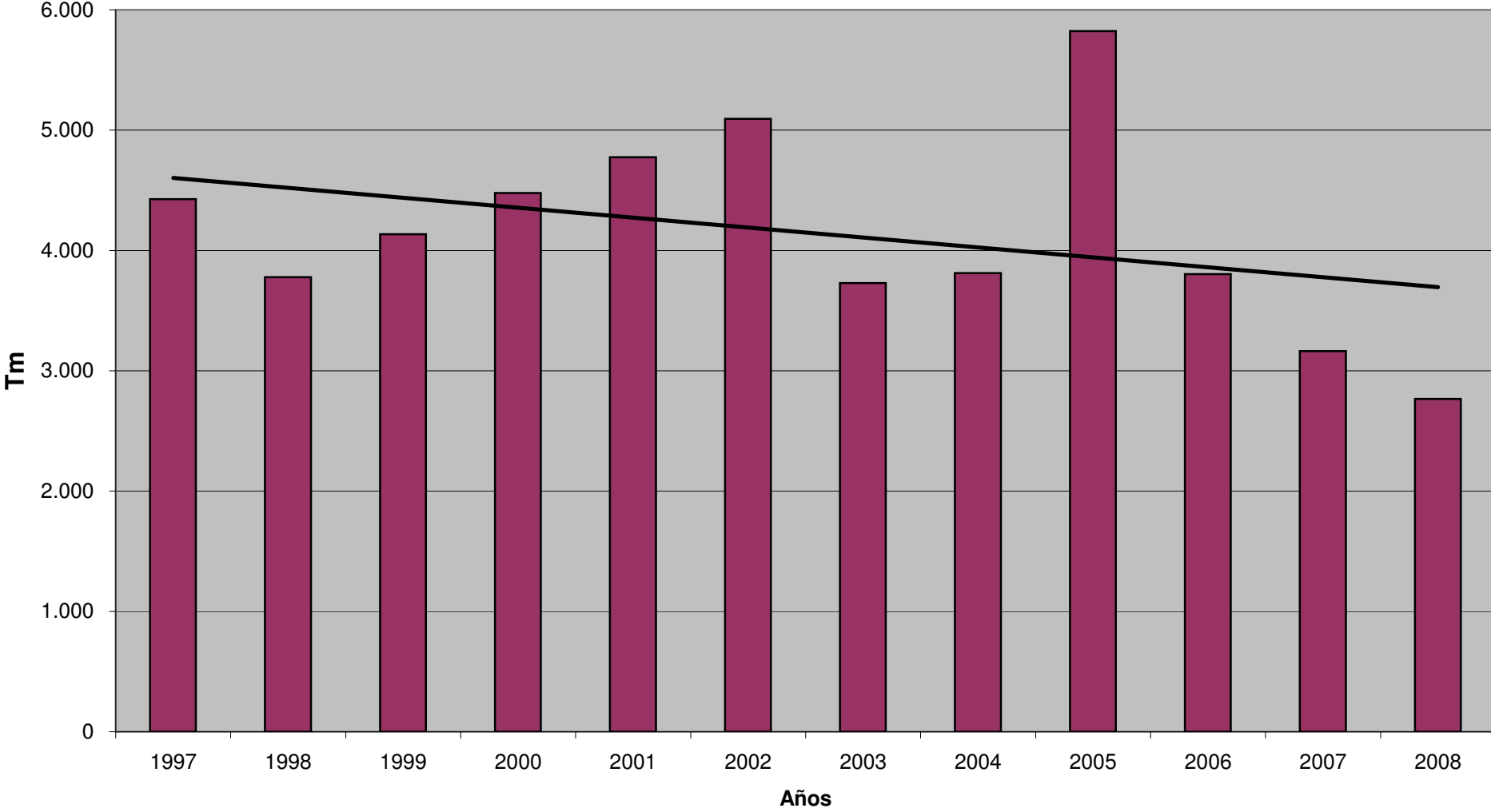
Exportaciones Proexport Semana 43



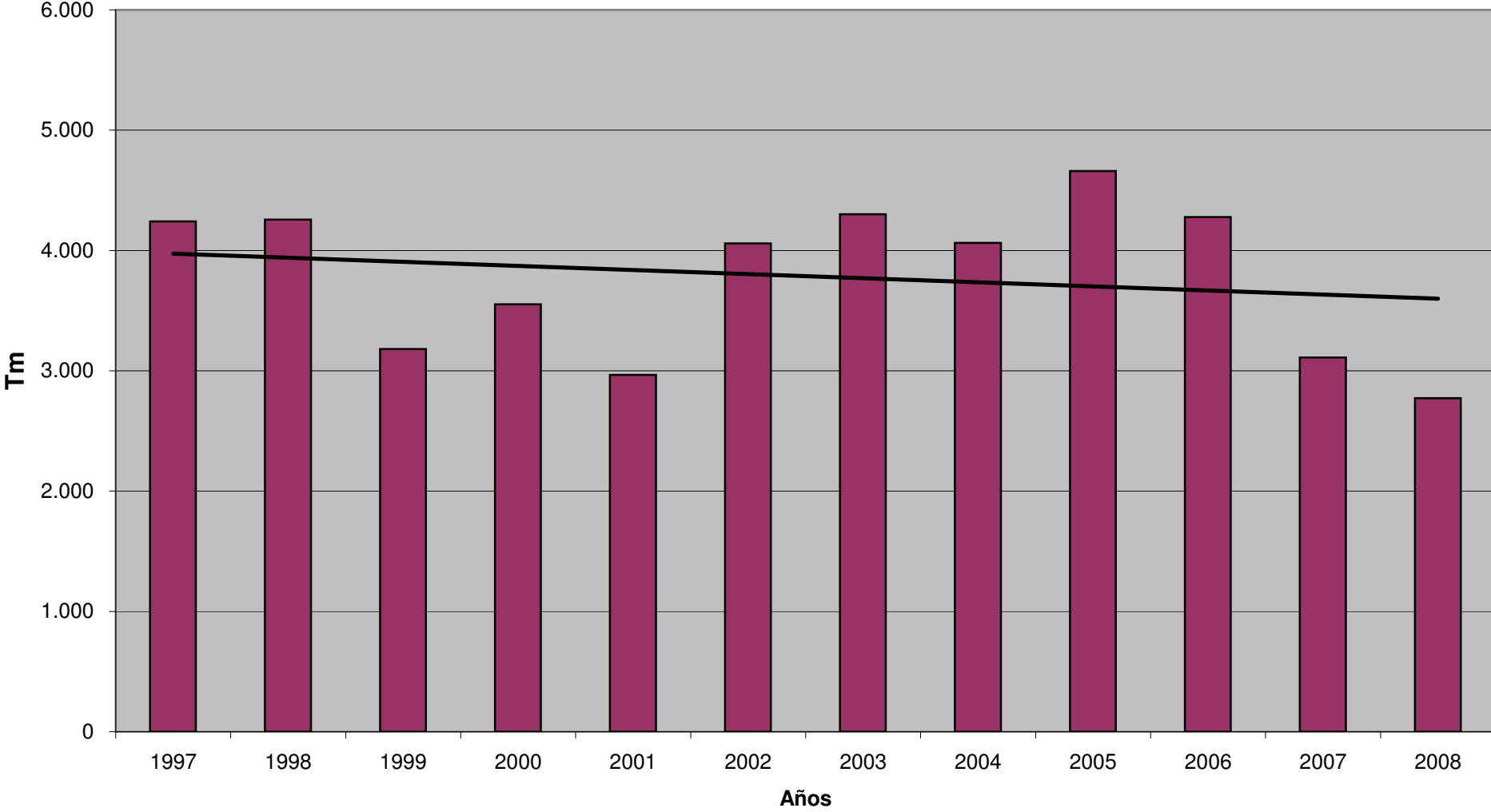
Exportaciones Proexport Semana 44



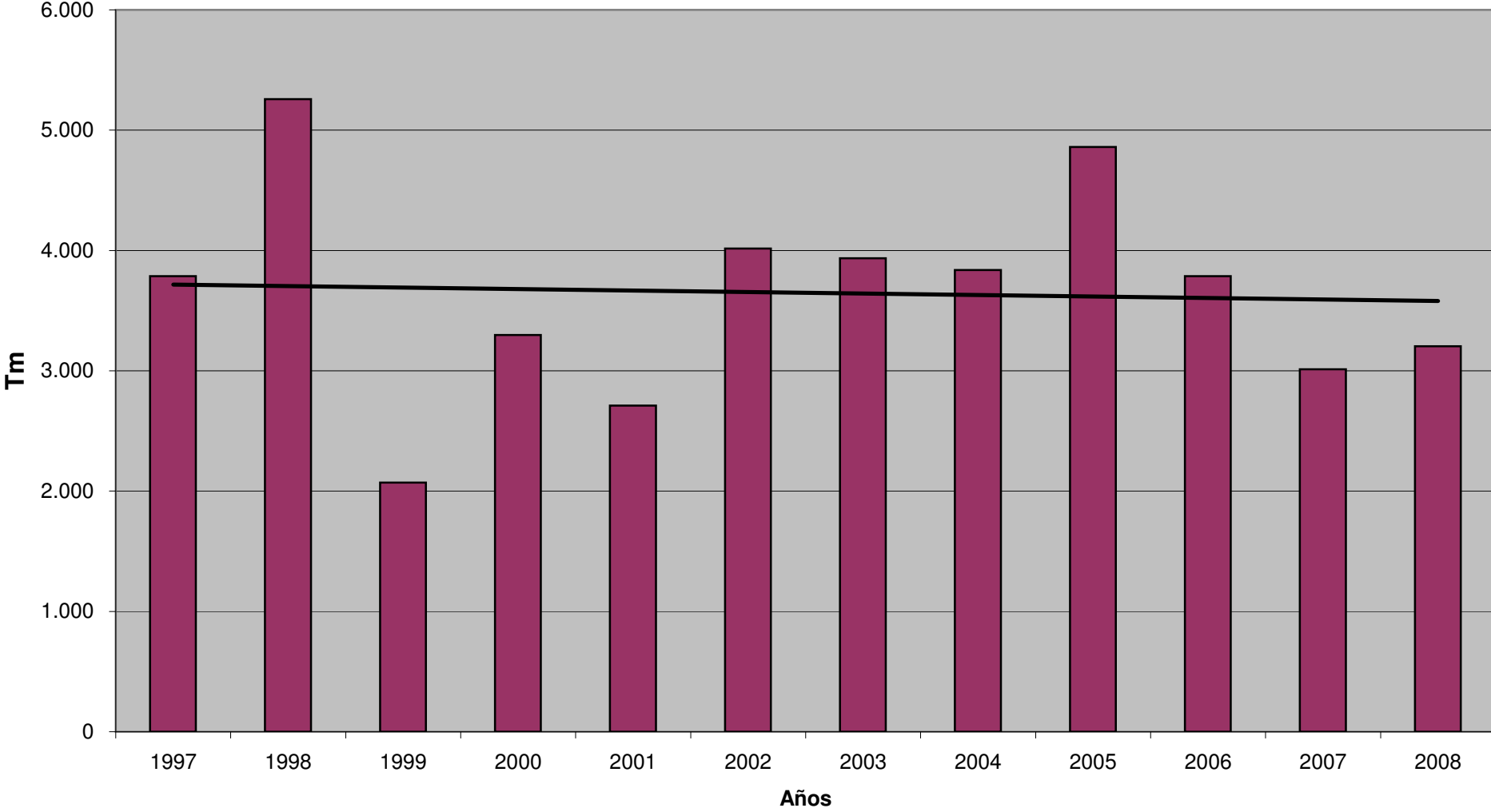
Exportaciones Proexport Semana 45



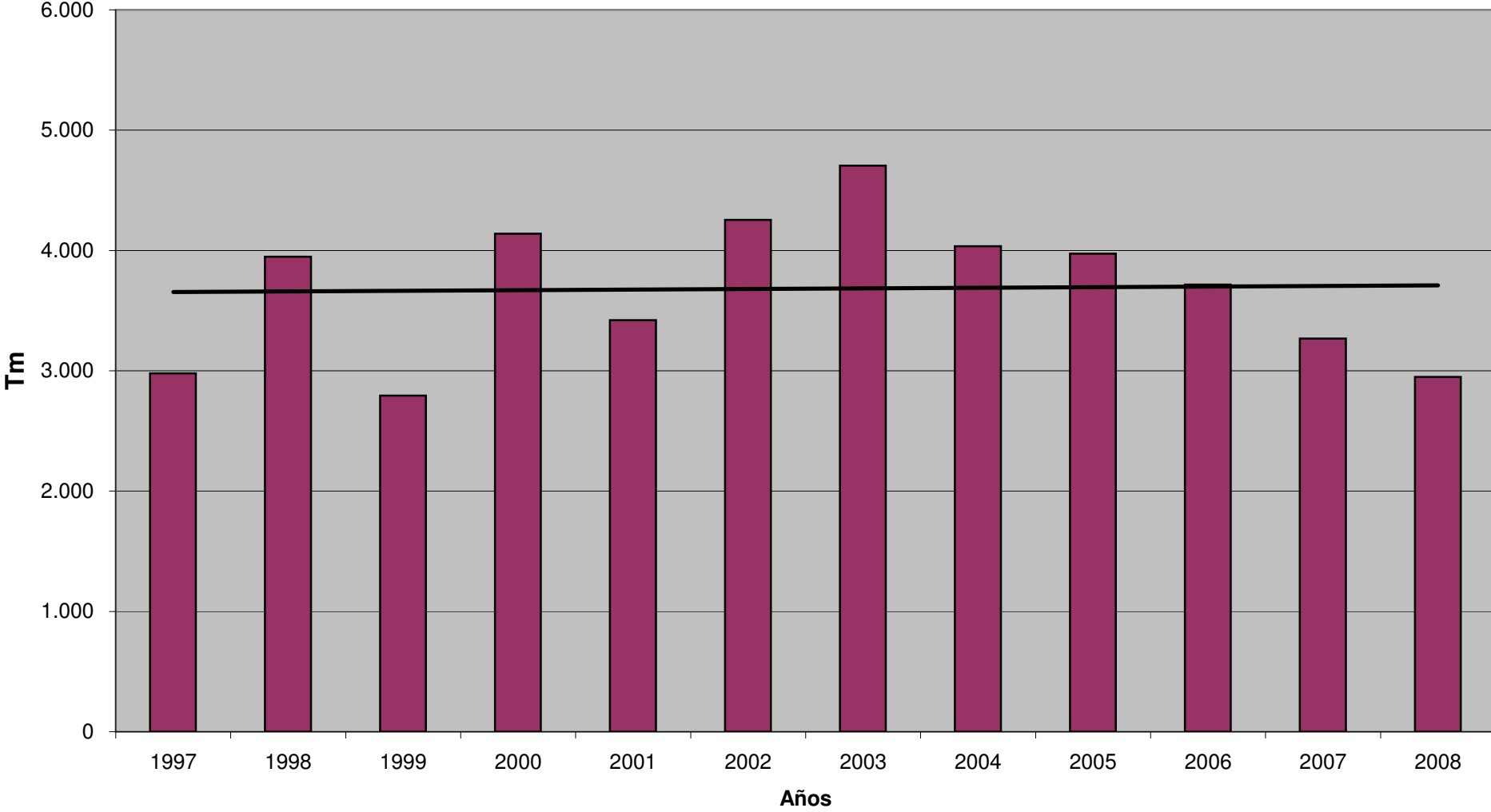
Exportaciones Proexport Semana 46



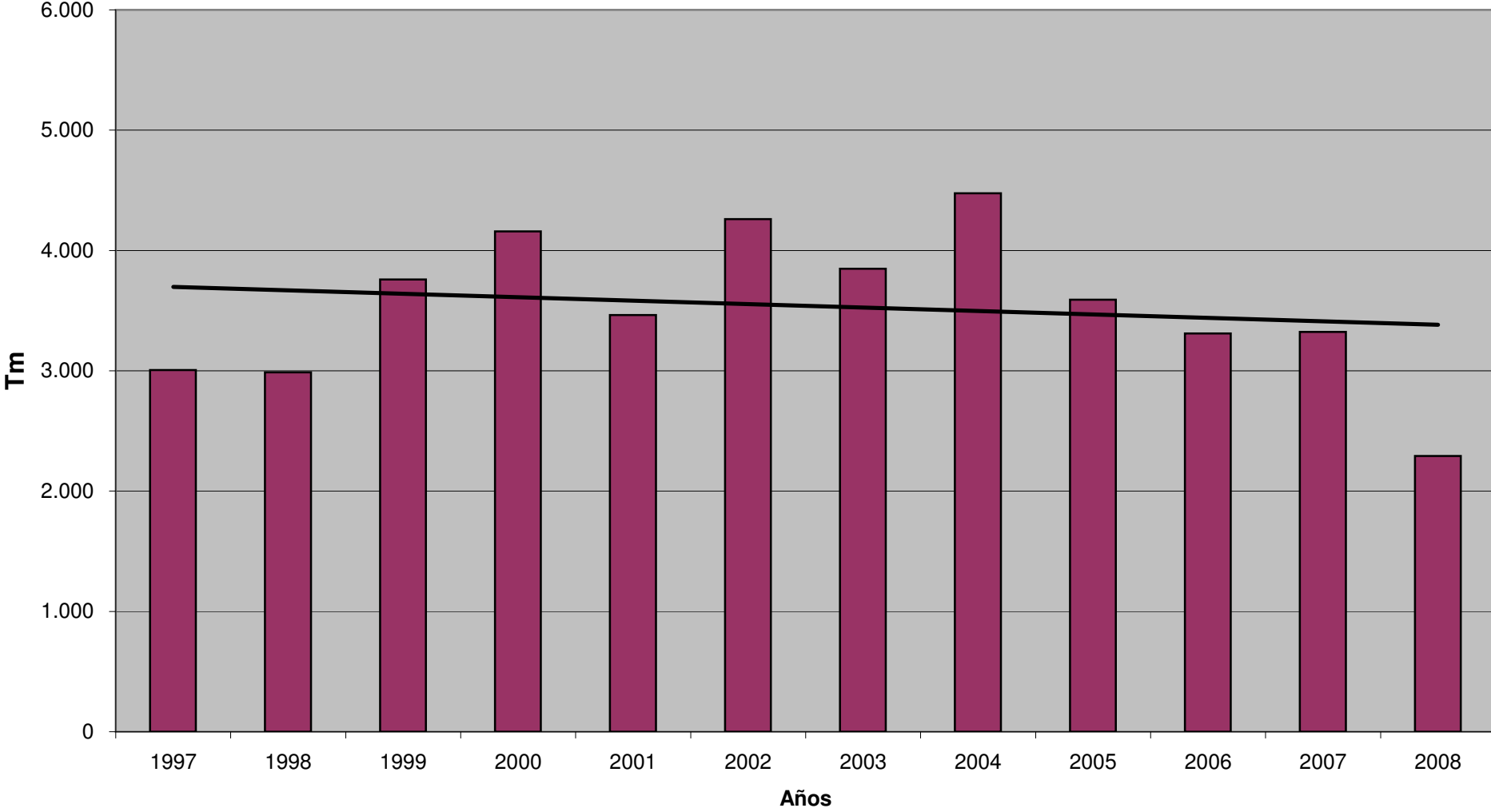
Exportaciones Proexport Semana 47



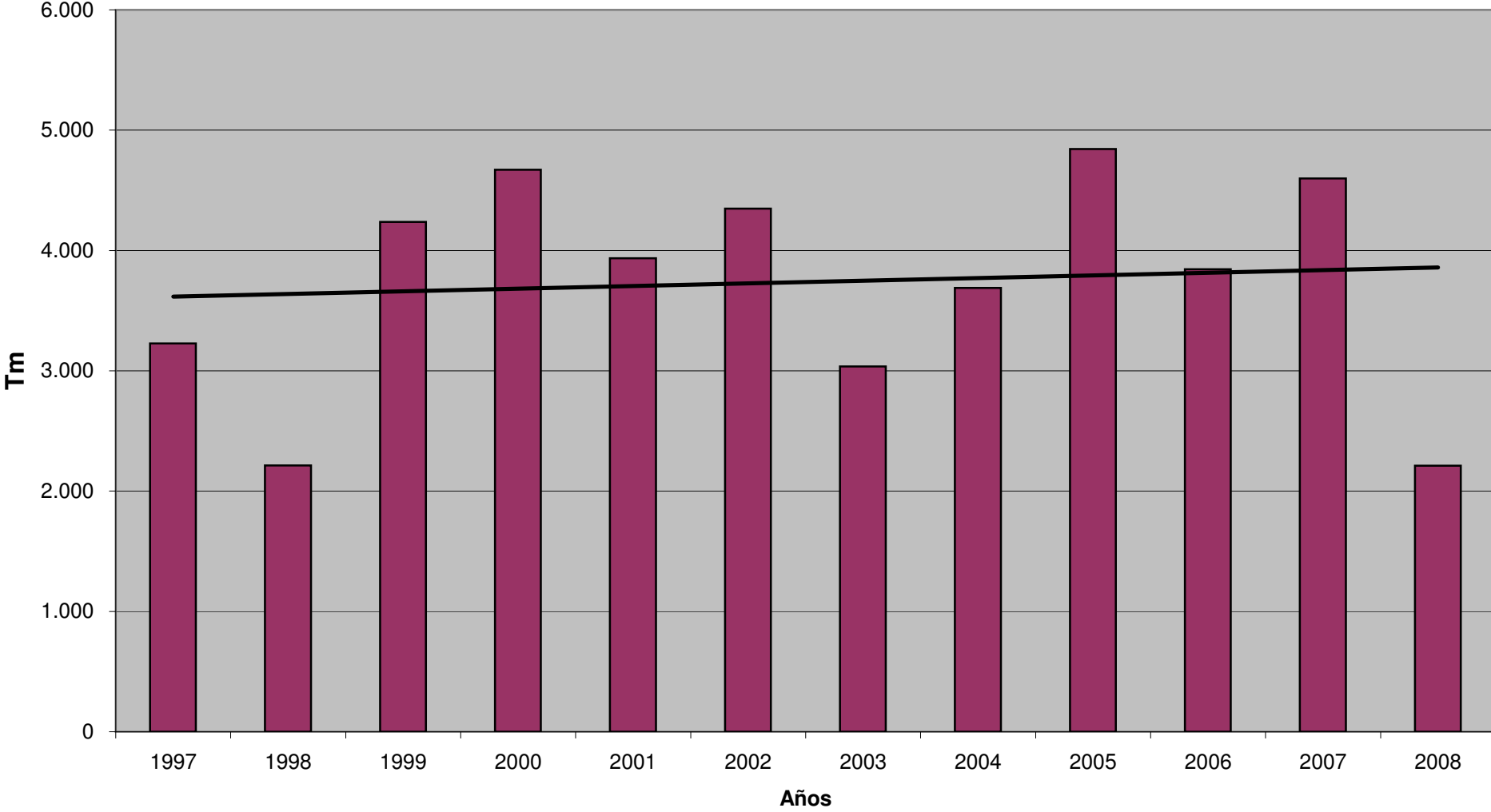
Exportaciones Proexport Semana 48



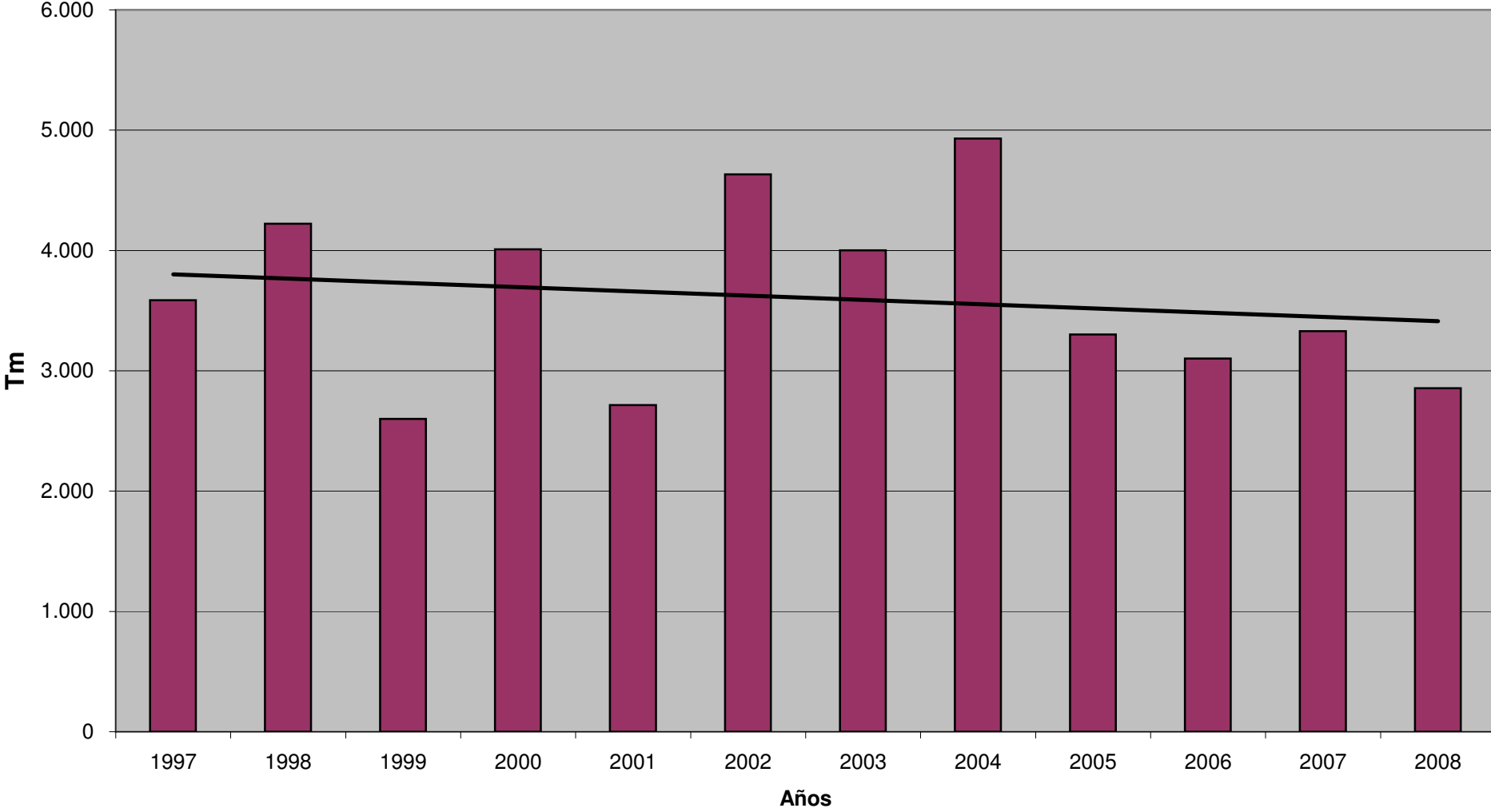
Exportaciones Proexport Semana 49



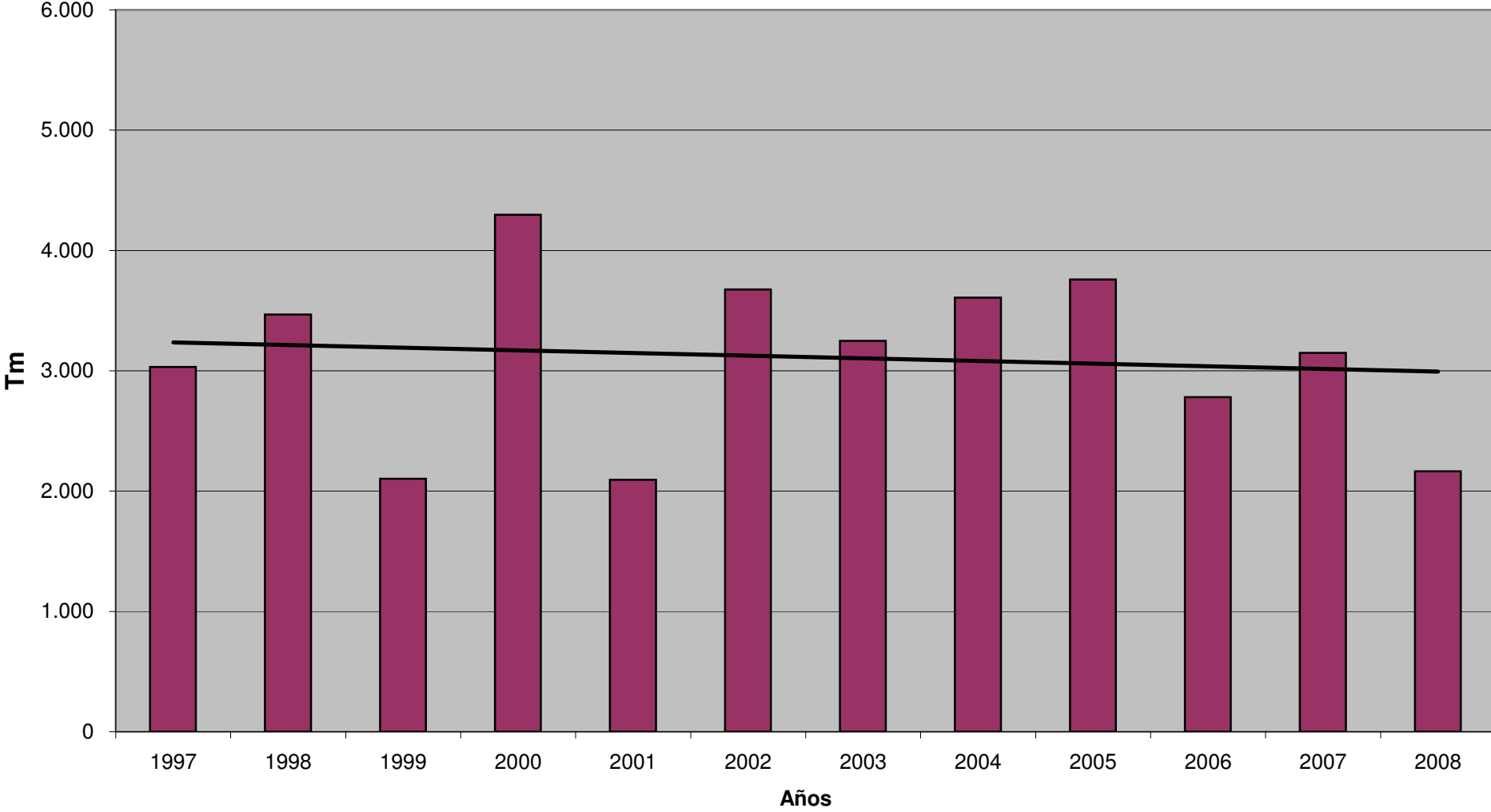
Exportaciones Proexport Semana 50



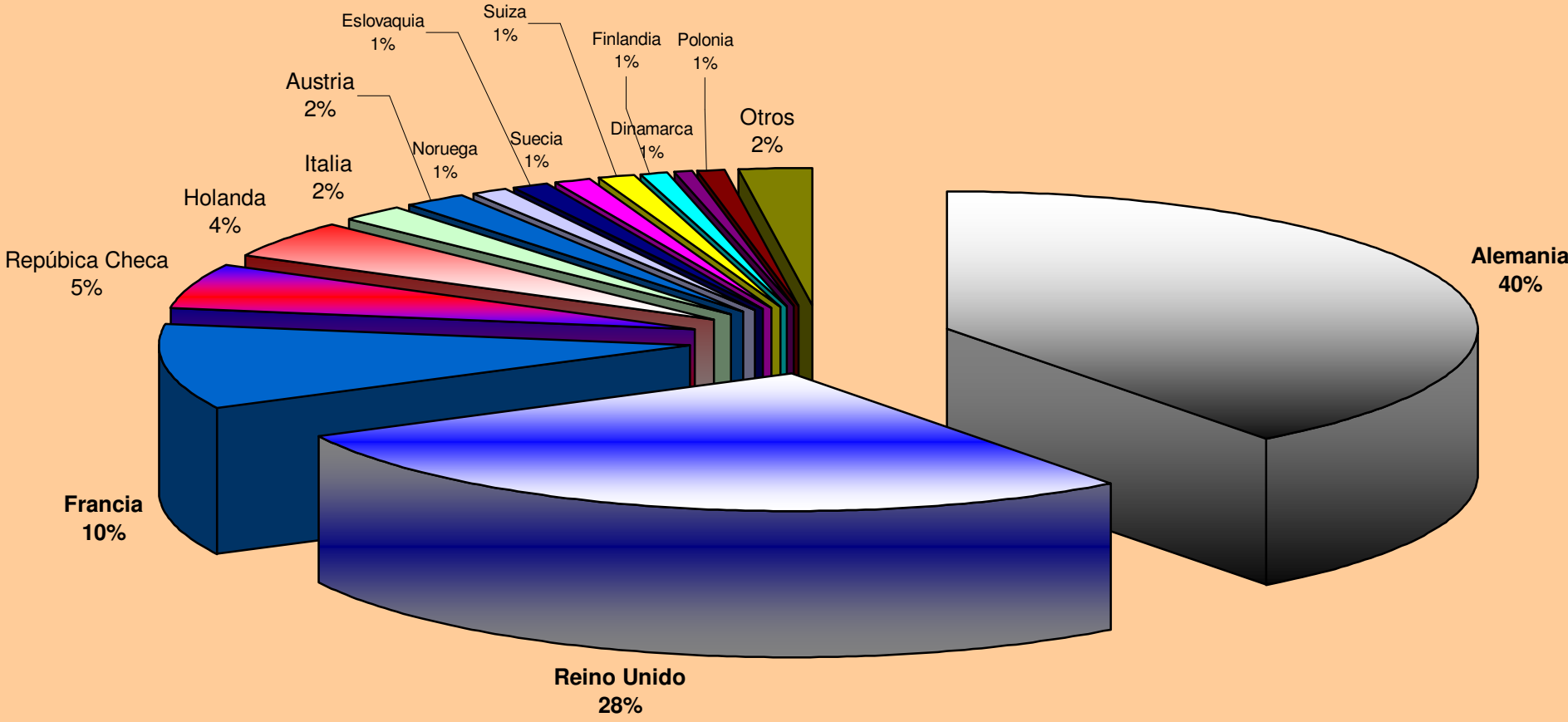
Exportaciones Proexport Semana 51



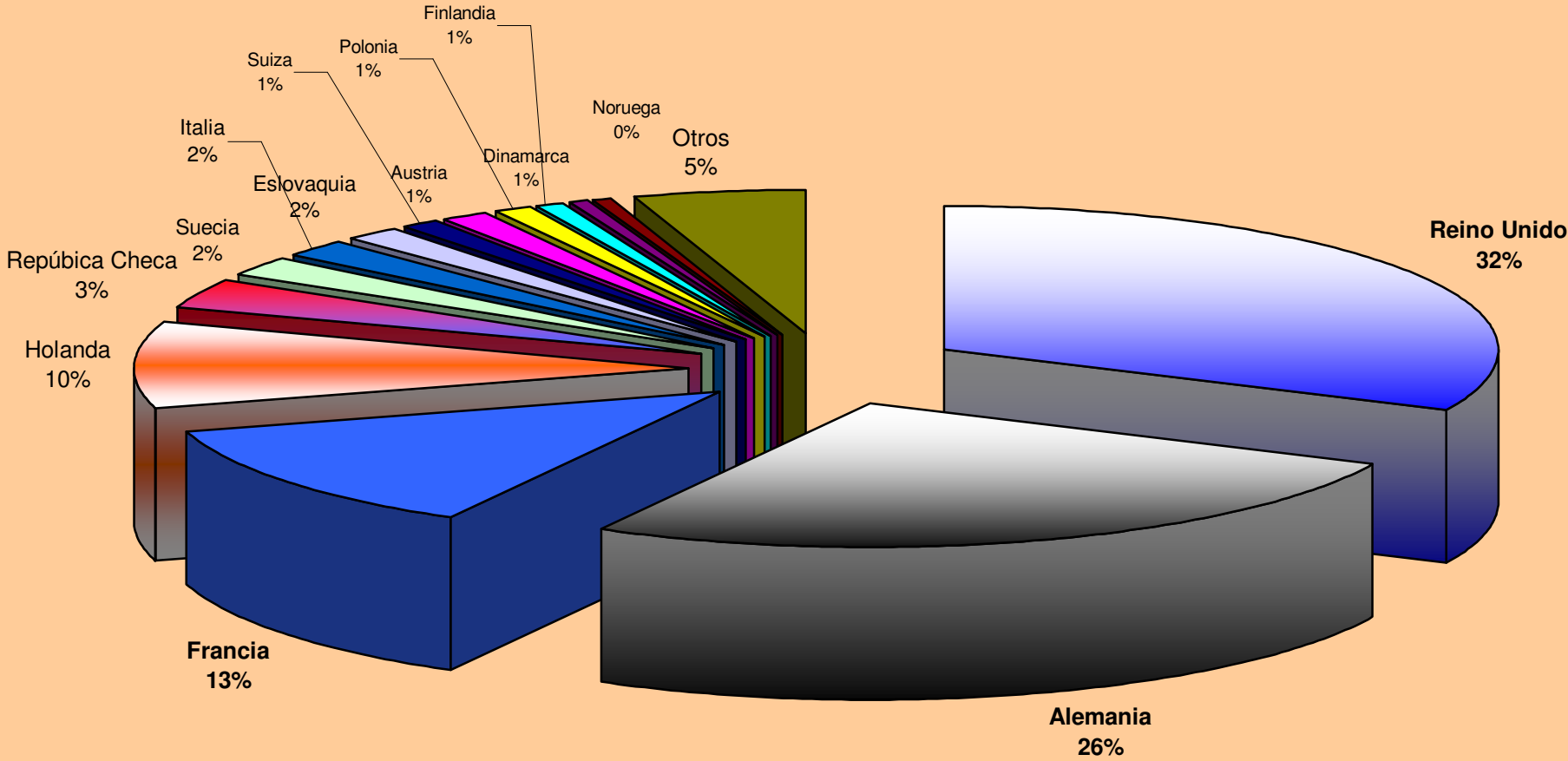
Exportaciones Proexport Semana 52



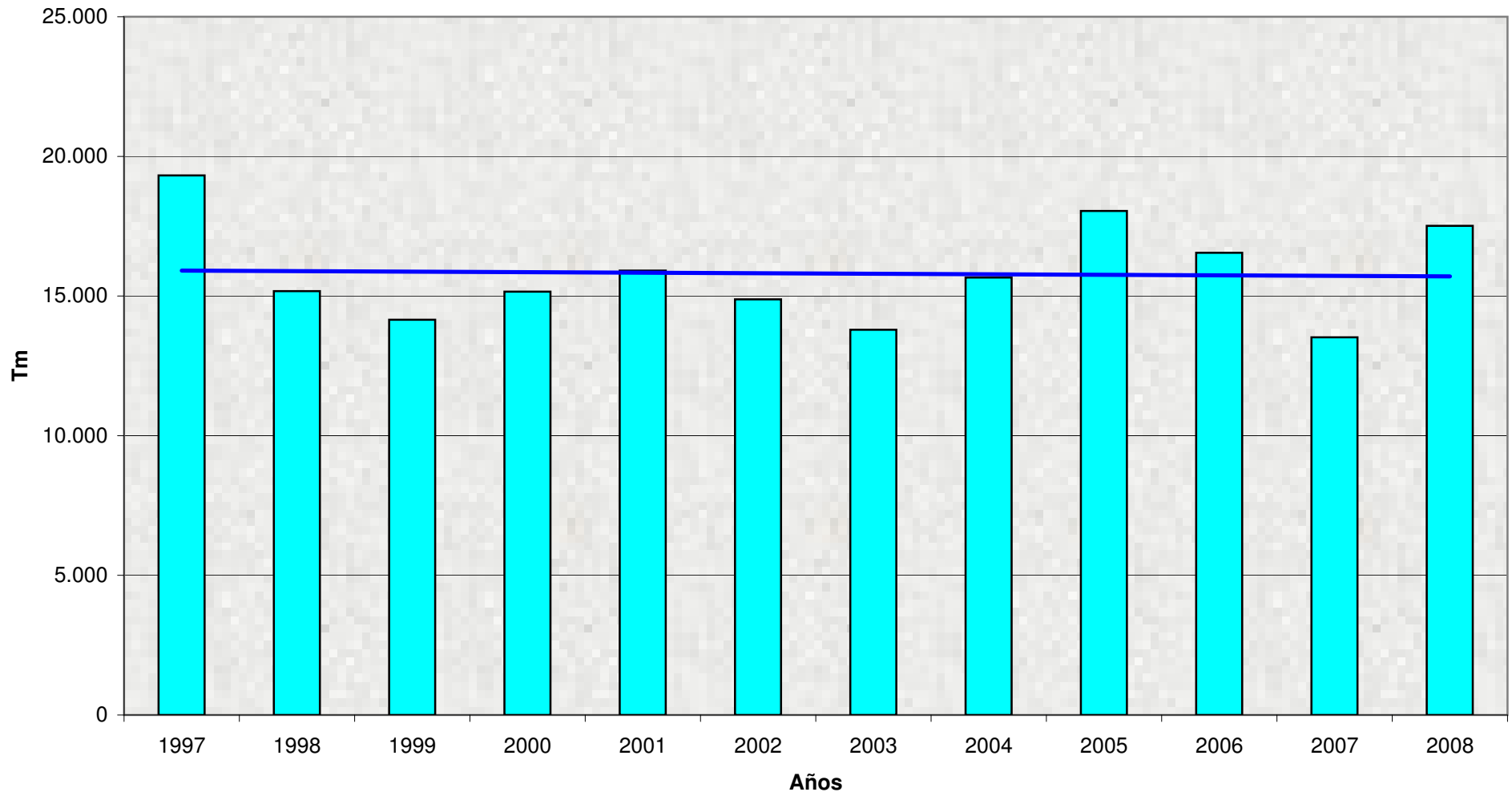
Distribución de la exportación de Proexport por Países



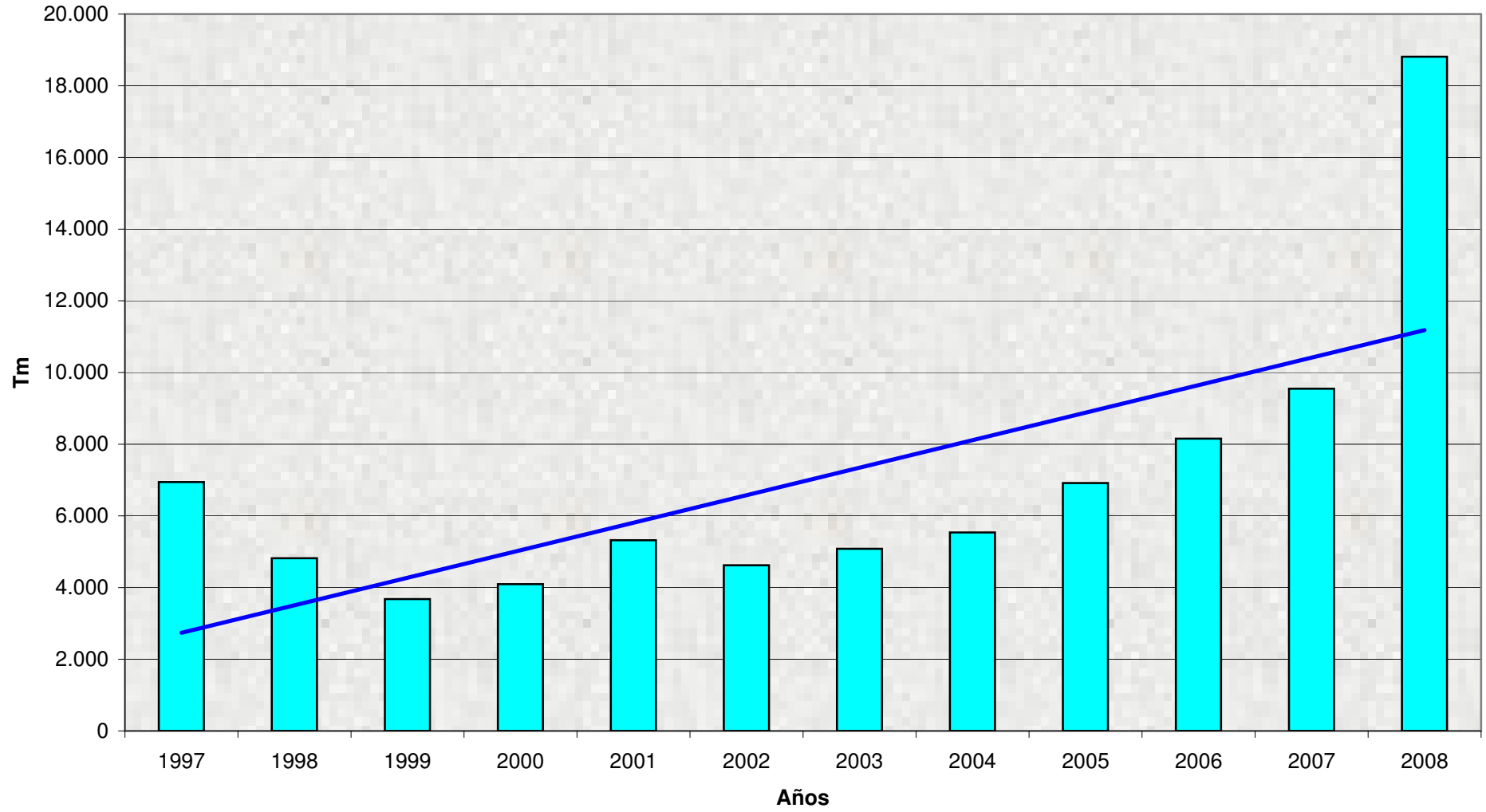
Distribución de la exportación de Proexport por Países (3 últimos años)



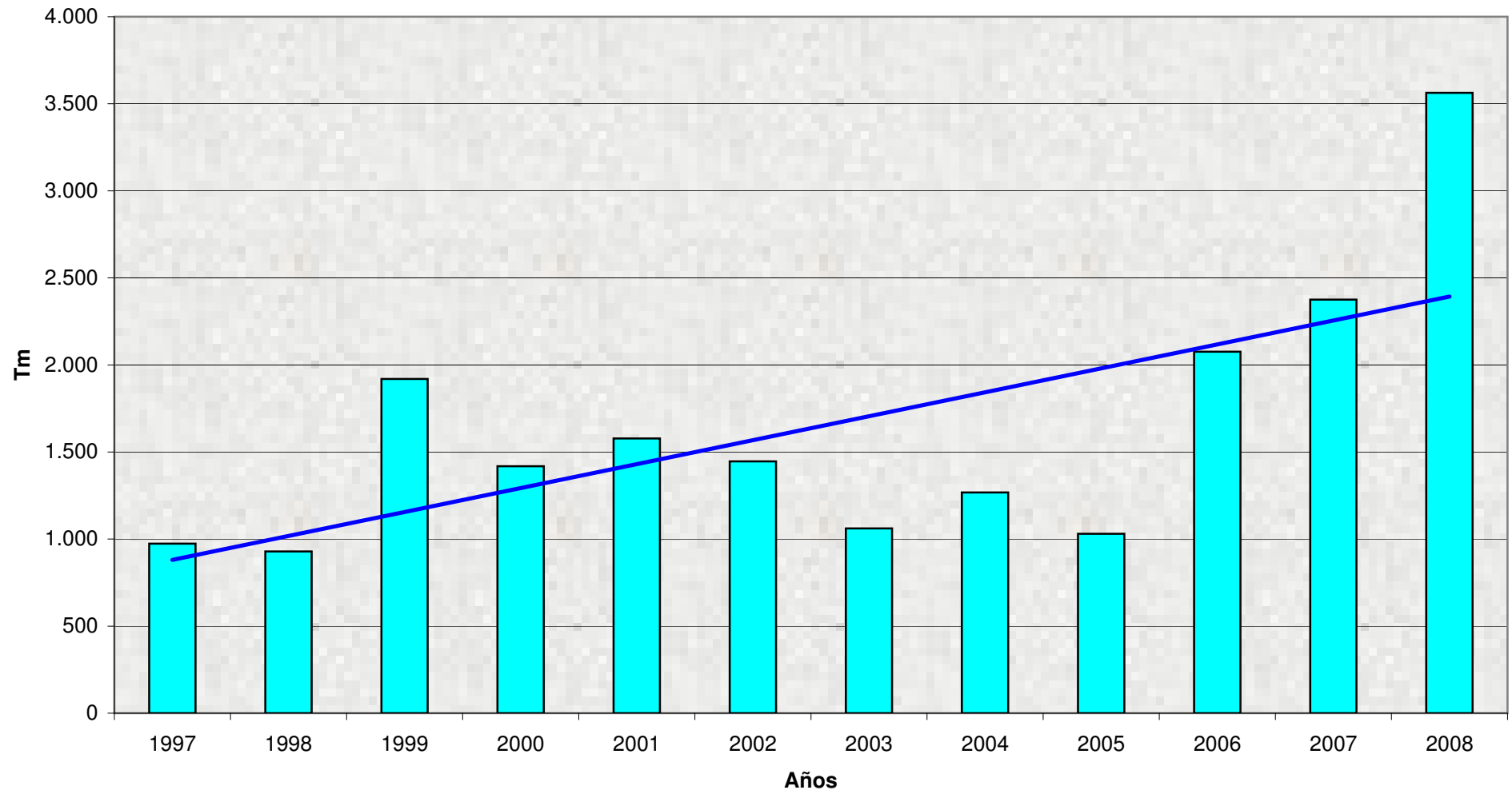
Evolución de la exportación de Proexport Francia



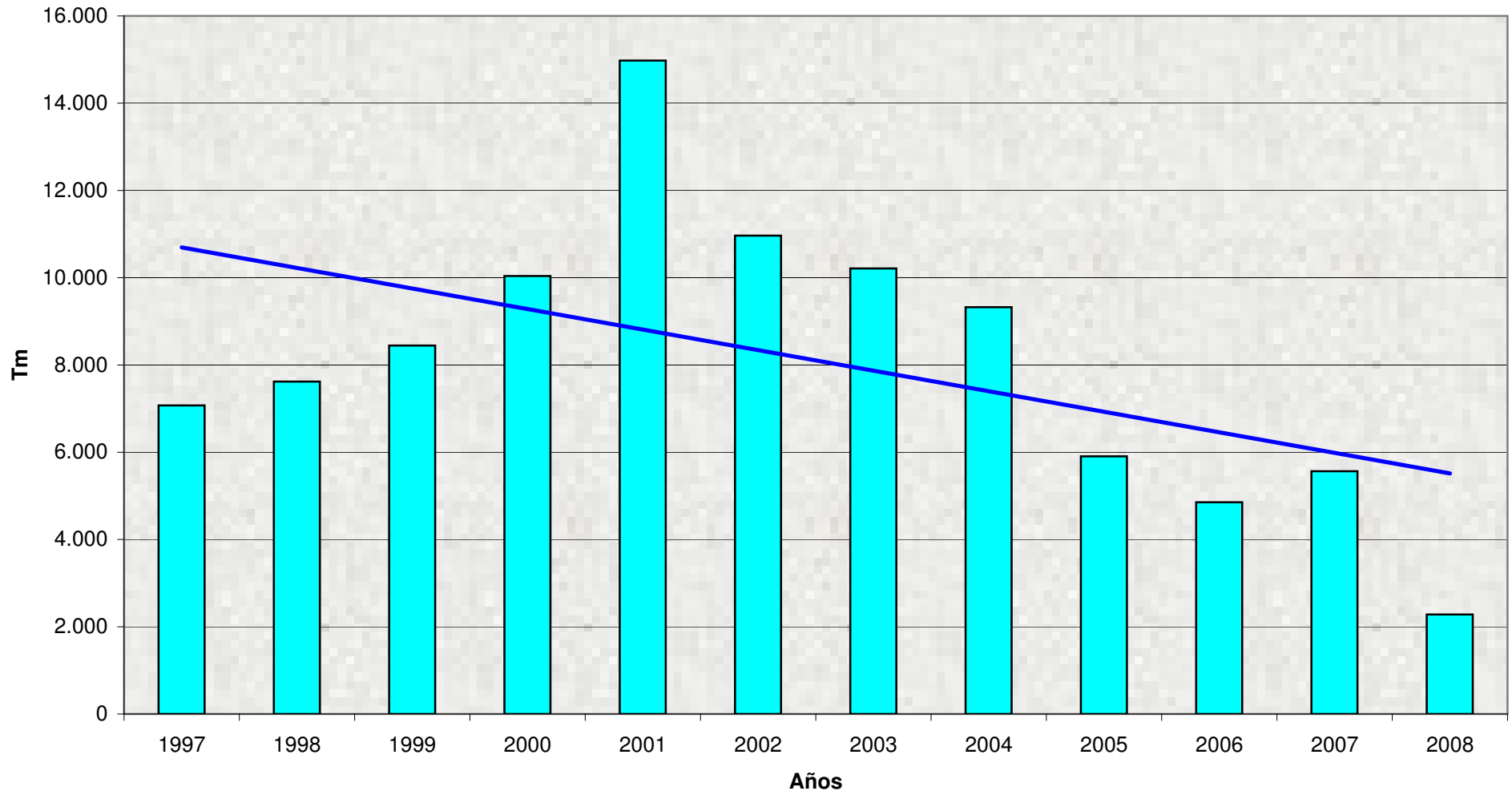
Evolución de la exportación de Proexport Holanda



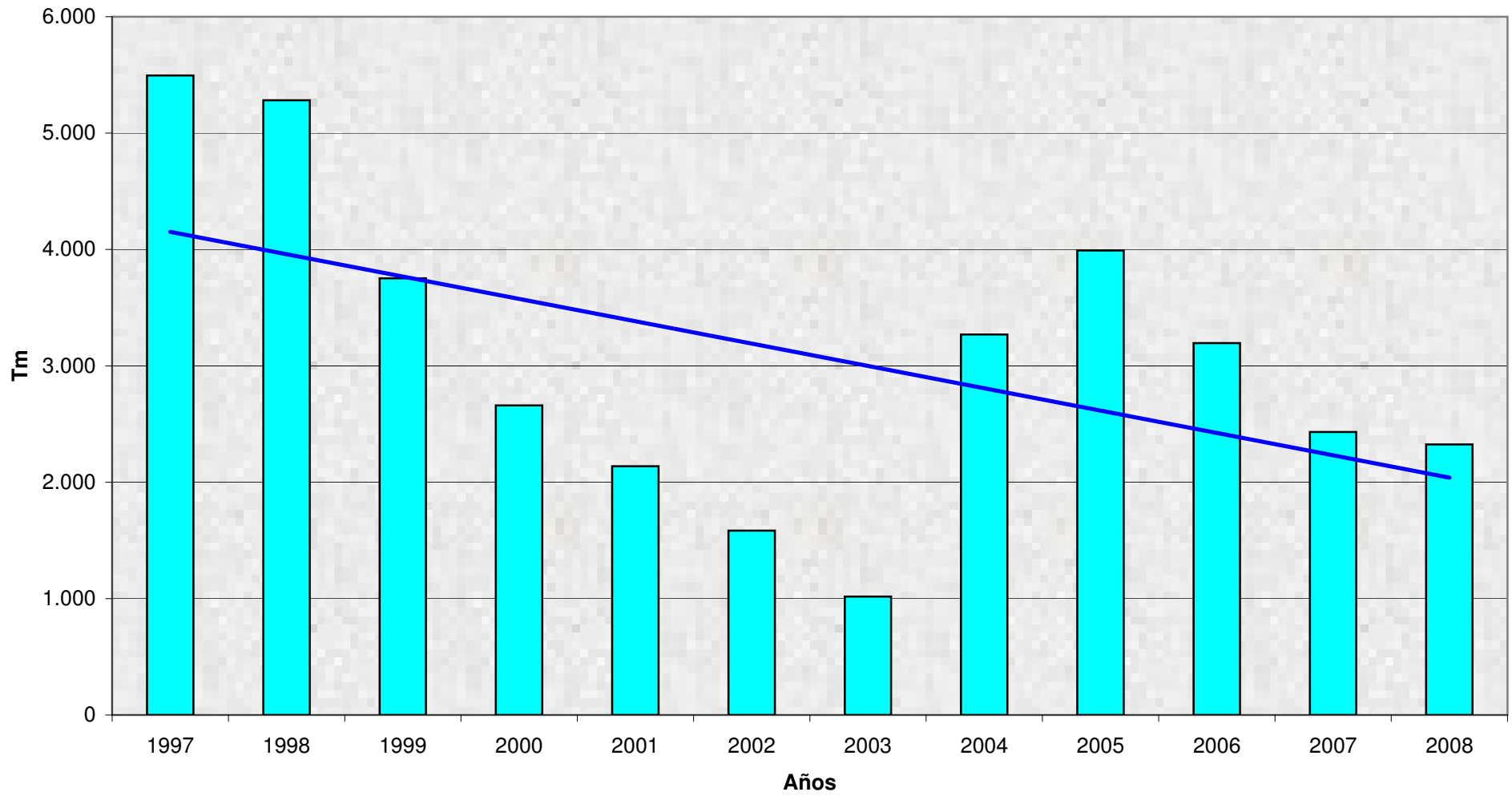
Evolución de la exportación de Proexport Suecia



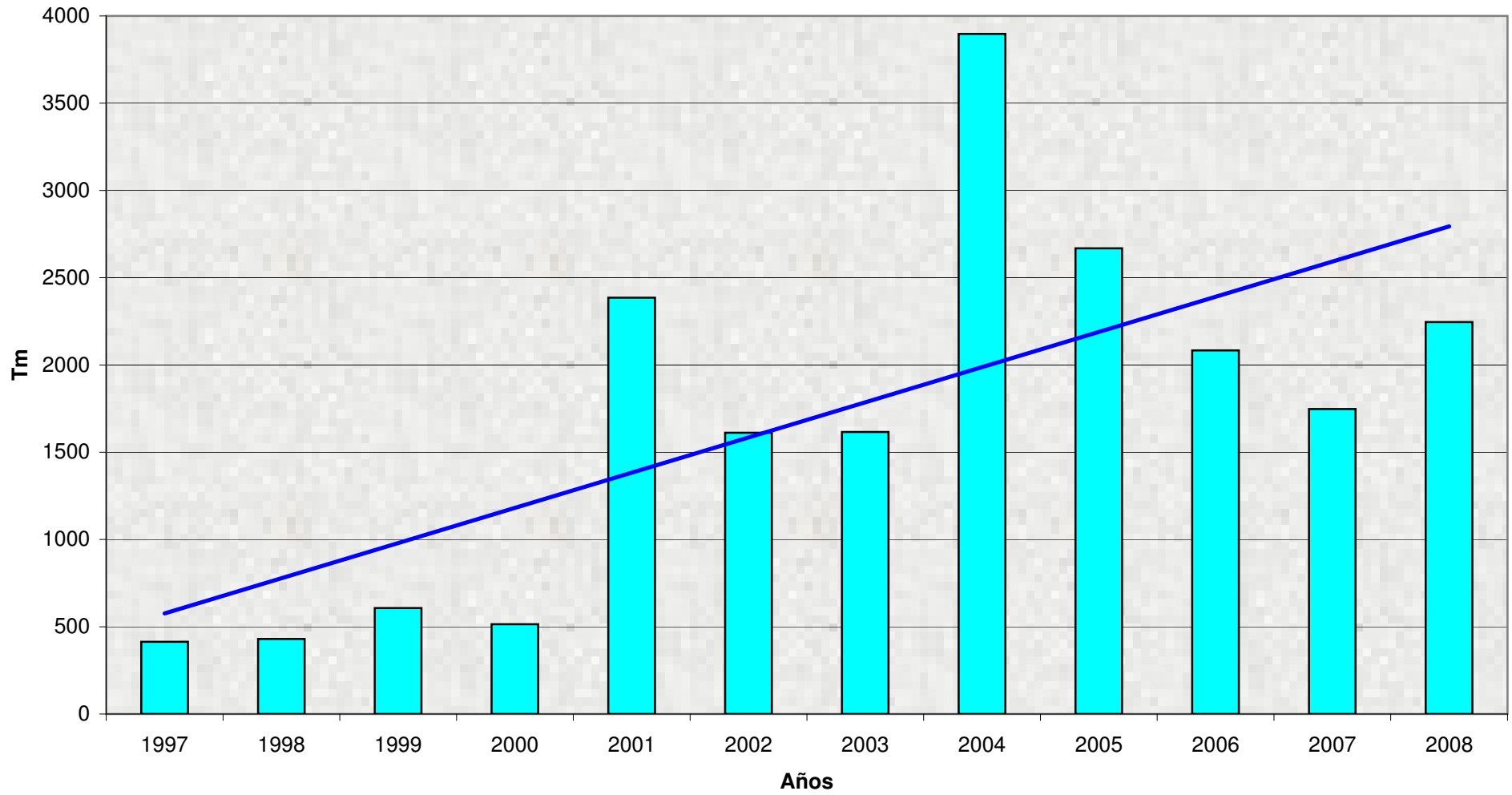
Evolución de la exportación de Proexport República Checa



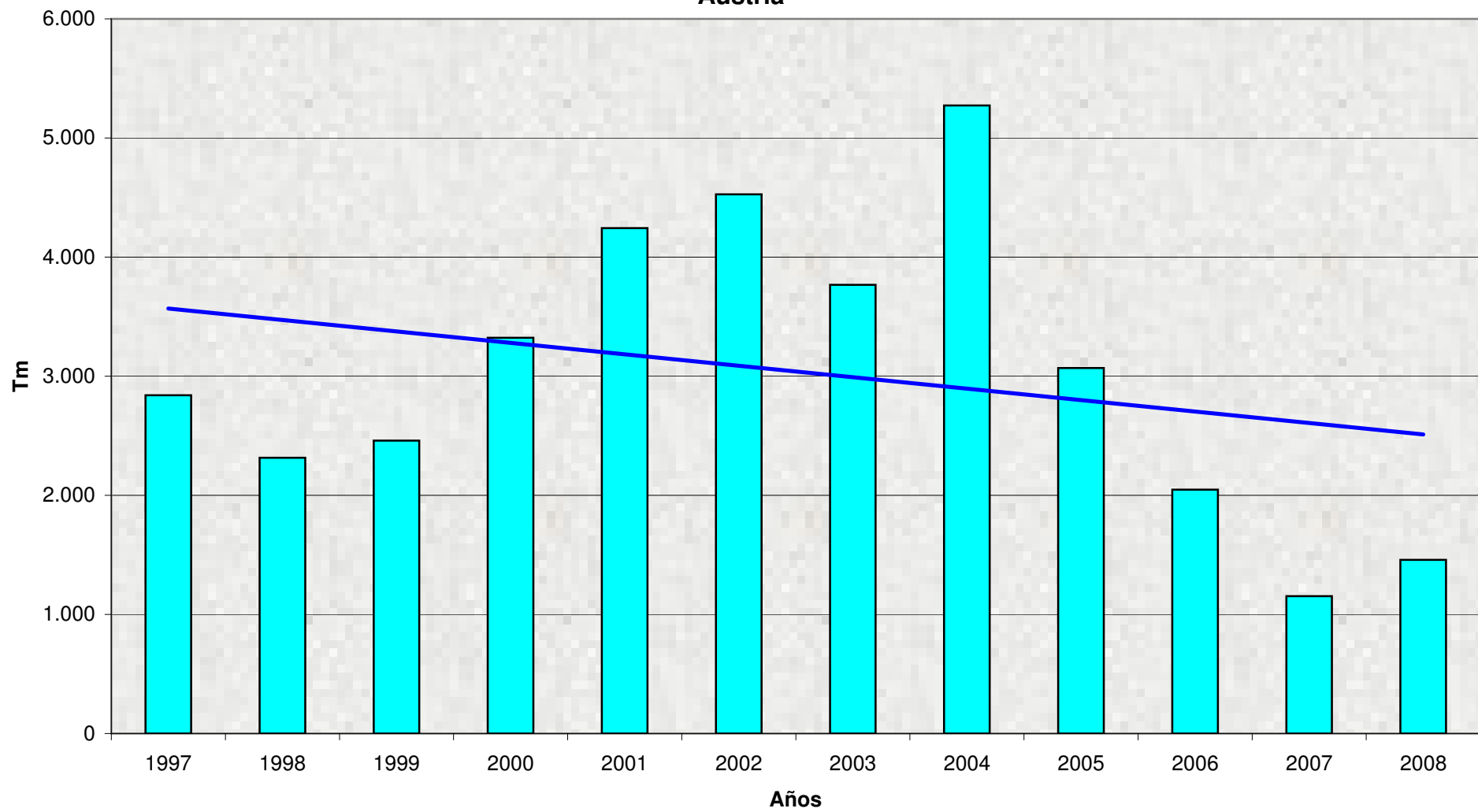
Evolución de la exportación de Proexport Italia



Evolución de la exportación de Proexport Eslovaquia



Evolución de la exportación de Proexport Austria



Evolución de la exportación de Proexport Noruega

