

economía negocios



El cultivo de trigo duro ocupa una gran superficie en Aragón, especialmente en los secanos más áridos de la provincia de Zaragoza. HERALDO

TRIGO ECOLÓGICO ARAGONÉS BUSCA PASTA EN EUROPA

Los agricultores ecológicos saben que este consumo crece sin parar en Europa. Un mercado que también quieren aprovechar los productores de trigo duro (el que se emplea para hacer pasta alimenticia). La Cámara de Zaragoza les ha trazado un plan. **2 y 3**

Tienen calidad y producción suficiente. Pero, a pesar de ello, a los productores aragoneses de trigo duro ecológico les resulta complicado encontrar nichos de mercado en España para vender este producto por lo que, en la mayoría de las ocasiones, este grano tan mimado (obtenido con el uso de técnicas agrarias conservadoras en las que no se utilizan productos químicos de

síntesis) sale al mercado como si de trigo convencional se tratara. Los productores pierden rentabilidad, no solo porque los costes son mayores sino también porque no se aprovecha el valor añadido que le aporta su apellido: ecológico. Por eso han decidido cruzar fronteras y lanzarse al exterior, eso sí, de «manera organizada, coherente y con impulso».

(continúa en la página siguiente)

EL TRIGO ECOLÓGICO ARAGONÉS BUSCA PASTA EN EUROPA

(viene de la página anterior)

Es el Comité Aragonés de Agricultura Ecológica (CAAE) el que se ha puesto al frente de la aventura exportadora a la que quieren lanzarse los productores de trigo duro. Y lo ha hecho buscando un aliado: el área de internacional de la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza, cuyo cometido en esta empresa han sido explorar los mercados en los que el cereal ecológico tiene más posibilidades de triunfar; detallar (con nombre y localización) un listado de posibles clientes, y definir las debilidades que debe corregir el sector, así como las fortalezas que puede aprovechar para triunfar en el plato de los consumidores europeos, donde cada vez ocupan más sitio los productos ecológicos.

De los 771 operadores registrados en el Comité Aragonés de Agricultura Ecológica, el 85% son cerealistas, cuyos cultivos se extienden por el 80% de las 61.119,58 hectáreas dedicadas a la producción ecológica en la comunidad, y que, en su mayoría, están situadas en los secanos áridos de Zaragoza. La producción de trigo duro se extiende por una superficie de 8.656 hectáreas, de las que se esperan este año, gracias a las lluvias, unos rendimientos de 1.400 kilos por hectárea, el doble de lo recolectado la pasada campaña en la que la sequía mermó notablemente las producciones.

Sin embargo, José Miguel Sanz, presidente de CAAE, recuerda que esta producción (en 2012 se comercializaron 2,5 millones de kilos de trigo duro ecológico) termina vendiéndose en el mercado tradicional, con lo que pierde entre 6 y 9 céntimos por kilo.

Aunque la demanda interna está creciendo, «desde luego, el potencial está en el exterior», reconoce Sanz, que destaca que el trigo duro ecológico aragonés ya se convierte en pasta alimenticia en Europa, pero matiza que lo que se pretende ahora es diseñar un plan para «concienciar a los productores de la mejora de márgenes vendiendo al exterior».

Pero, ¿dónde tiene mejores expectativas de venta esta producción ecológica? Dice el proyecto elaborado por el área de internacionalización de la Cámara que para conquistar mercados exteriores los productores de cereal ecológico no tendrían que ir demasiado lejos para internacionalizar sus producciones. Solo hay que cruzar los Pirineos para aprovechar la buena salud de la que goza el consumo de productos ecológicos, que en los últimos años está protagonizando crecimientos medios de dos dígitos en el mercado europeo más próximo. Ahí están Francia, Alemania y Suiza, tres países en los que podría (y debería) abrirse paso el trigo duro aragonés con sello ecológico.

Son muchas las razones que re-

comiendan poner el foco en estos mercados. En 2012, y también en el primer trimestre del presente ejercicio, Alemania fue el segundo destino de las exportaciones de trigo duro y su 20% de cuota lo ha convertido en el segundo mercado mundial en venta de productos ecológicos, solo superado por Estados Unidos. Los consumidores alemanes pueden presumir, además, de tener una elevada cultura verde que se evidencia en la presencia de importantes cadenas de distribución específicas de estos productos.

No le faltan tampoco cualidades al cercano mercado francés. Es el tercero en el mundo en ventas de alimentos ecológicos, con una cuota del 14%, y se prevé que su demanda anual crezca en torno al 20%. Además, Francia cuenta con leyes que incentivan el consumo de alimentos ecológicos en colegios y hospitales.

Líder mundial en gasto per cápita de estos productos (los helvéticos destinan 177 euros al año en alimentos ecológicos), Suiza (a pesar de su pequeño tamaño) es el séptimo mercado mundial en ventas de alimentos ecológicos. Supone el 3% de la cuota mundial, más que significativa si se tiene en cuenta su reducida población, que, por otra parte, goza de un alto poder de renta y está menos influida por la variable del precio.

Y estos tres mercados comparten además dos ventajas para los posibles exportadores aragoneses: no existen importantes barreras arancelarias y la distancia geográfica no tiene apenas repercusión en los costes de transporte.

Un listado de clientes

El plan diseñado por la Cámara de Comercio no se queda ahí. Señala también los potenciales clientes. «Localizados los mercados, trazamos un perfil del potencial cliente, es decir, fabricantes de harina o sémola y compradores de trigo duro no solo convencional sino también ecológico, con una capacidad de compra de entre 4.000 y 8.000 toneladas al año y que tengan una estructura de empresa, segmentado por facturación y número de trabajadores», explica Teresa Glaría, técnico del área de Internacio-

nal de la Cámara de Comercio zaragozana y responsable de dicho plan. Y con ese perfil han identificado a 80 posibles clientes, algunos de ellos con una estructura multinacional, repartidos en estos tres países. Como ejemplo, Glaría cita Grands Moulins France, grupo de harinas con presencia en los cinco continentes que dispone de diez molinos repartidos por territorio francés, o Grands Moulins Strasbourg, un grupo multinacional con numerosos molinos diseminados por Francia o Alemania.

No basta con disponer de un listado de clientes. El trigo duro ecológico aragonés tiene que corregir sus debilidades y amenazas si quiere salir al mercado exterior con las mayores posibilidades de éxito. Porque el estudio revela una débil cultura empresarial y un escaso desarrollo de políticas de productos, de precios, de canales de distribución y, especialmente, de comunicación y promoción.

«Existen también una serie de amenazas, como la existencia de recursos humanos no cualificados, unos precios menos competitivos que la competencia española, especialmente la que llega desde Andalucía, donde la producción es notablemente superior, y las exigencias de homologación que existen en determinados países o empresas», destaca Teresa Glaría.

Pero es cierto también que toda cruz tiene su cara. Y la producción aragonesa dispone de fortalezas y no menos oportunidades para abrirse mayores huecos en la exportación. «El producto tiene cualidades propias por las condiciones climatológicas de los cultivos», explica la técnica, que detalla que para aventurarse a la exportación los cerealistas no tendrían necesidad de realizar una importante inversión para desarrollar el producto y además su capacidad productiva es suficiente y con posibilidad de incrementarse.

«El trigo duro ecológico de Aragón tiene calidad, es un producto de fácil adaptación, cuyo transporte no presenta complicaciones y además no tendría que sortear barreras impositivas en los países europeos en los que se plantea la comercialización», señala la técnica de la Cámara aragonesa.

Este plan está ya en manos del Comité Aragonés de Agricultura Ecológica. De sus dirigentes depende que no termine siendo papel mojado. «Ahora tienen que organizarse y estudiar cuáles son las mejores fórmulas para agruparse y trabajar juntos», destaca Glaría, que reconoce que no será una tarea fácil porque el sector está atomizado y el tamaño de las explotaciones es reducido.

De todas maneras, el proyecto elaborado por el área de internacionalización de la Cámara de Comercio incluye además una serie de propuestas cuya realización mejoraría las posibilidades de ven-



El trigo es uno de los cereales con mayor presencia en Aragón. A. G.



ta del trigo duro ecológico en el exterior.

Sería recomendable, dice el estudio, que se realizara una página web en distintos idiomas con enfoque de empresa exportadora. Resultaría además de gran utilidad la elaboración de un catálogo o tríptico promocional para realizar envíos masivos de correos electrónicos o bien para insertar también en la web. Se aconseja incluir datos en directorios internacionales empresariales y anuncios en revistas especializadas sectoriales. Y, por supuesto, se considera necesario que los productores de trigo ecológico realicen viajes de prospección y comerciales a los mercados elegidos, visiten de forma individual o agrupada la feria más importante del sector, la alemana Biofach, e incluso intenten organizar misiones inversas para atraer hasta aquí a potenciales compradores internacionales. «Se está estudiando la posibilidad de organizar en Zaragoza una misión inversa de Biocultura», la feria de productos ecológicos más importante de España y que se ha hecho hueco ya en los recintos feriales de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, detalla Glaría.

Para los primeros pasos

El plan de la Cámara de Comercio no solo aflora las carencias en márketing que tiene este sector. Le ofrece también soluciones. Una de ellas es que los productores se acojan al programa Market Developer, por el que se ofrece un técnico en comercio exterior a tiempo parcial con dominio de idiomas con el que será más fácil dar los primeros pasos en el largo camino de la internacionalización.

Otra alternativa es hacer uso de Asitel Servicios de Interpretación Telefónica, una empresa pública adquirida el pasado mes de abril por la Cámara zaragozana y que se ha integrado en el área de Internacionalización de la institución cameral. Asitel es un servicio de traducción telefónica que da acceso inmediato a inglés, francés, alemán e italiano, y, previa solicitud y en un plazo máximo de 24 horas, hasta a 27 idiomas más.

Pero ahora la pelota está en el tejado del Comité Aragonés de Agricultura Ecológica. Y su presidente ya se ha puesto fecha para comenzar a trabajar. José Miguel Sanz explica que será el próximo mes de septiembre cuando este organismo cite a «las principales cooperativas del sector» para intentar comenzar a trabajar juntos en un plan de exportación que exigirá primero «homogeneizar y buscar la calidad de las producciones». No descartan, incluso, apostar por la diferenciación con variedades como Bidí 17, la especie más cultivada en Aragón en los años 80 y que se adapta a la perfección a los duros secanos aragoneses.

CHUS GARCÍA