

18-Jun-2015

## Las frutas y hortalizas suponen el 11% del gasto de la cesta de la compra de los españoles

18/06/2015



AECOC, la Asociación de Empresas de Gran Consumo, ha reunido durante dos jornadas a más de 300 profesionales de las principales empresas del sector hortofrutícola español, en el marco del **Congreso AECOC de Frutas y Hortalizas** en Valencia.

El popular economista Santiago Niño-Becerra, ha analizado los retos de un nuevo modelo económico, que, según los expertos, llegará entre el año 2023 - 2025. Este modelo, "radicalmente diferente al actual", asegura Becerra, cumplirá con algunos cambios conceptuales profundos como un incremento de la productividad, de la colaboración y la coordinación, por delante de la individualidad. Según el experto, "hemos perdido un umbral de bienestar irre recuperable" que necesita de un cambio sistémico para generar crecimiento. Asimismo, Becerra ha afirmado que el problema de España no es de recorte del gasto, sino de la incapacidad de generar ingresos públicos.

Cuestionados por las previsiones de crecimiento para 2015, cerca del 70% de los asistentes al encuentro se han mostrado optimistas, y han asegurado que su compañía ha crecido más en el primer trimestre de este año, que en el mismo período del anterior.

Gema del Castillo, experta en distribución de Nielsen, ha asegurado que a lo largo de 2014 la demanda en volumen en alimentación ha crecido el 0.7%. La experta ha augurado una evolución positiva de la demanda a corto plazo. Por lo que se refiere a las frutas y hortalizas, crecen también en valor (más del 4% según Nielsen) y suponen ya el 11% del gasto de la cesta de la compra de los españoles.

Por categorías, en frutas, las naranjas son las vencedoras, que representan casi el 30% del total de kilos de frutas vendidos durante 2014, seguidas de las manzanas (11%) y los plátanos (10%). En verduras, las patatas y tomates suponen el 45% de los kilos vendidos a lo largo de 2014. El mayor crecimiento lo apunta sin duda el canal de hipermercado y supermercado, que gana terreno al canal especialista en la venta de frescos, pasando de suponer el 51% en 2008 al 58% en 2014. Para la experta de Nielsen, las principales palancas para crecer en la categoría serán la conveniencia y la venta online, que apunta un crecimiento mucho más rápido que el canal normal.

Tras años de crisis económica, 2015 apunta los primeros signos de recuperación. A lo largo de este tiempo, ha habido empresas que han apostado por la innovación para crecer. Zespri Internacional ha creado un producto único e innovador tras años de investigación, su market manager, Enrique Garrido, analiza el proceso de creación de un producto nuevo y de calidad. Por su parte, Nice Fruits es una compañía que ha desarrollado un sistema físico que permite congelar las frutas y verduras manteniendo su sabor y vitaminas, sin romper la textura ni su estructura celular. Un sistema revolucionario que, como asegura el presidente de la compañía, Josep María Roger, ha supuesto la conversión de un producto perecedero a uno impercedero.

La segunda jornada de Congreso AECOC de Frutas y Hortalizas se ha iniciado con el bloque internacional de conferencias patrocinadas por Fruit Logistica, la plataforma de referencia en el sector. Chris White, director general de Market Intelligence, y Bianca Casertano, analista de retail de la consultora Planet Retail, han abordado las tendencias que rigen los mercados actuales y las posibilidades que ofrece la innovación en el sector del retail para el producto fresco.

La salud se está convirtiendo en una tendencia destacada en alimentación. A este concepto se ligan aspectos como la producción ecológica y la producción km 0. Ángel Monreal, director nacional de Productos Frescos de Carrefour, ha analizado en el marco del Congreso AECOC el modelo de compra de frescos de la compañía, basado en la apuesta y el apoyo de los productores agrícolas españoles. Este modelo ha permitido a la filial de compras SOCOMO ser la primera empresa exportadora de productos agrícolas españoles a 16 países de todo el mundo.

Asimismo, el profesor de la Universidad Politécnica de Valencia, José Miguel Mulet, ha tratado el futuro del mercado de la producción ecológica española y cómo afectará al sector. Carlos Buxadé, catedrático ETS Ingenieros Agrónomos de la Universidad Politécnica de Madrid, ha analizado la importancia de la cadena de valor y la profesionalización de la misma a todos los niveles de la cadena agroalimentaria para crear un modelo mejor. Finalmente, Juan Luís Pob, experto en transformación digital empresarial, ha hablado de los retos para adaptar las empresas del sector a la realidad digital. Para Pob es necesario focalizar en el cliente digital la estrategia de transformación del negocio.