

“La competencia extranjera nos exige seguir trabajando en la mejora de la calidad de la fresa y su promoción”



La fresa onubense sigue consolidándose y adquiriendo importancia en el panorama internacional. Cristóbal Picón Regidor, presidente de la sectorial de [Cooperativas Agro-alimentarias de Huelva](#), analiza en ECA FRUITS la campaña actual, las variedades más destacadas, así como los principales problemas y objetivos a los que se enfrenta el sector.

El sector fresero español es el más importante de Europa y continúa trabajando para fortalecer aún más su liderazgo. En concreto, centrándonos en la provincia onubense, ¿qué superficie de cultivo de fresa se ha alcanzado en esta campaña?

Se barajan unas cifras de en torno a las 6.100 hectáreas.

El mapa varietal de la fresa en Huelva se ha ido modificando en los últimos años y la provincia es un hervidero de investigación y reflexión sobre la manera de potenciar el sector. La vía principal de mejora es la búsqueda de variedades, ¿cuál es la distribución de las distintas variedades de fresa en esta campaña?

En cuanto a fresa, de las 6.100 hectáreas que se estiman que se han plantado de fresa, el mayor porcentaje lo representa la variedad fortuna y las variedades de Fresas Nuevos Materiales, destacando Rociera y Rábida, mientras que en el aproximadamente veinte por ciento restante, hay una abanico de una de cena de variedades.

“La figura de las organizaciones de productores ha sido y debe seguir siendo ‘pieza angular’ de la PAC”.

Uno de los problemas del sector es la competencia. El clima de España es más cálido que en el resto de Europa, con lo que la fresa española llega antes a los mercados. Sin embargo, las fresas de Francia, Alemania, Italia, Marruecos, Egipto o Reino Unido pretenden ganar importancia. ¿Considera que la pérdida de terreno frente a la competencia extranjera es uno de los principales problemas al que se enfrenta la fresa española?

No es el única dificultad, pero evidentemente nos preocupa, porque hace que se recorte la campaña nacional. Es algo que se viene sufriendo, desde hace varias campañas, sobre todo cuando las condiciones climáticas en las zonas europeas donde se produce en primavera cálidas, generando un adelanto y dejando un 20 % de producción española menos en esos mercados. Esto nos exige seguir trabajando en la mejora continua de la calidad de la fresa, la promoción y comunicación de las producciones españolas, y conrinuad trabajando en mantener el gran nivel del servicio al cliente y la profesionalidad que tenemos frente a sus demandas.

“Tenemos que continuar trabajando en mantener el gran nivel del servicio al cliente y la profesionalidad que tenemos frente a sus demandas”.

¿Qué cifras de exportación se barajan para esta campaña?

Se estima que, de lo producido, un 85 % se venderá fuera del mercado nacional.

Las empresas productoras de fresa están apostando por mejoras en el cultivo. Pero, ¿cuáles son los principales objetivos de las cooperas vas para este 2019?

Los principales objerivos de las cooperativas son la fresa y frutos rojos (frambuesa, arándanos y mora), además de conseguir rentabilidades para los socios de las cooperas vas para que podamos hacer frente a las inversiones que se afrontan en el cultivo de la fresa y frutos rojos, y se pueda lograr mantener el sector con la estabilidad a nivel de superficie y producción que en los últimos años, manteniendo y generando trabajo y riqueza económica y bienestar social para los pueblos donde se desarrolla esta producción.

Quisiéramos acabar la campaña con la satisfacción de que hemos realizado un buen trabajo de equipo y que todos los esfuerzos realizados han valido la pena, desde el desarrollo de los viveros de las plantas hasta la llegada de las últimas fresas y frutos rojos en junio a las casas de los

consumidores.

Por otra parte, cabe destacar que la competencia entre el pequeño número de compradores, que en gran parte se reduce a mega cadenas de alimentación o



supermercados, y el gran número de los agricultores con explotaciones más o menos pequeñas, pero cada vez, mejor dimensionadas, hace que siga siendo clave en este sector el asociacionismo entre los agricultores y su continua apuesta por cooperativas o SAT cada vez de mayor dimensión, en la mayor parte de los casos por crecimiento endógeno, o sea, de los propios socios productores. Es clave, por tanto, en las cooperativas y SAT asociadas a Cooperativas Agroalimentarias de Huelva, la figura de las organizaciones de productores, que ha sido y debe seguir siendo “pieza angular” de la PAC dentro de la OCM de Frutas y Hortalizas.