La venta del plátano de Canarias se resiente en esta crisis

La confusión en esta crisis reduce la venta de frutas y hortalizas en fruterías y mercados municipales, lo que se une al cierre de mercadillos y del sector de la restauración colectiva.

Como consecuencia, la producción nacional se enfrenta a la imposibilidad de hacer llegar parte significativa de su oferta mientras las importaciones de terceros países incrementan sus volúmenes en España a precios más bajos.

La situación actual en la que se encuentra el mercado de frutas en España es de gran confusión debido a la crisis sanitaria que vive el país y actualmente la incertidumbre e inactividad afecta gravemente a los canales de venta más tradicionales.

El Real Decreto publicado por el Gobierno central el pasado 14 de marzo en virtud del cual se declaraba el estado de alarma en España ha provocado el cierre de mercados y mercadillos, así como la fuerte disminución de la venta en canales minoristas como las fruterías especializadas.

La concentración de la venta se ha localizado así en cadenas de distribución que en condiciones normales venían representando el 50% del volumen de venta total de frutas, y que por tanto, no tienen capacidad para compensar la cobertura geográfica y penetración del canal tradicional.

Este hecho está afectando gravemente a todos los subsectores agropecuarios que ya han

solicitado medidas excepcionales a las autoridades competentes para evitar el endeudamiento de sus sectores, y el caso del plátano no es una excepción.

En condiciones normales de mercado, el canal minorista comercializa el 45% de la producción de Plátano de Canarias, un sector donde el plátano alcanza además cuotas muy superiores a los de la banana de terceros países. Como consecuencia, el incremento de ventas que pueda circunstancialmente darse en el canal de la gran distribución no es capaz de compensar la pérdida que supone la parálisis del canal especialista para el Plátano de Canarias.

La incertidumbre del mercado está conduciendo a una volatilidad de los mercados mayoristas de frutas muy pocas veces vista y un ejemplo de ello, es el dado esta misma semana en Mercamadrid, donde el pasado martes se comercializó en un solo día el 50% del plátano y la banana vendida durante toda la semana anterior para, a partir del día siguiente miércoles 18 de marzo, pararse prácticamente en su totalidad hasta hoy.

La incertidumbre viene además de la mano de continuas noticias sobre el recorte de horario en tiendas de alimentación, o la propia confusión acerca de la apertura de mercados municipales. Ayer mismo los 47 mercados municipales de Madrid hicieron un llamamiento a los consumidores debido a que el temor de los ciudadanos ha dado lugar a una ausencia total de clientes en sus puestos.

A todos estos factores hay que unirle, además, el cierre del canal de hostelería y turismo y de comedores escolares, que si bien no suponen un canal de volumen principal para el plátano, sí son destinos habituales de la banana que no encontrando salida, pasa a subastarse a la baja en el mercado mayorista.

Ante esta situación global, es de enorme preocupación para el sector no tener más remedio que aplicar mecanismos de gestión de crisis cuando al mismo tiempo es necesario garantizar el mayor suministro de fruta que sea posible al país.

En este sentido el presidente de ASPROCAN, Domingo Martín Ortega, ha declarado que “estamos en un momento de excepcionalidad pero debemos ser conscientes de que las importaciones de terceros países se incrementan continuamente en un contexto de cierre de canales de venta y cuando la producción nacional tiene capacidad para atender a gran parte de la demanda. La concentración de la venta en pocos canales no ha hecho más que favorecer la venta a pérdidas de las producciones no comunitarias y así el sector primario se unirá pronto a las medidas más traumáticas de crisis. Paradójicamente, justo cuando la producción de alimentos se ha demostrado como un sector estratégico.”