



Estudios de Mercado
RESUMEN EJECUTIVO

El mercado del plátano en Portugal

Febrero 2018

Este estudio ha sido realizado por
Sandra Blasco Espín, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Lisboa

EL MERCADO DEL PLÁTANO EN PORTUGAL

El presente estudio analiza el sector del plátano en Portugal, más concretamente el Código de Actividad 0122 y código TARIC 08.03.

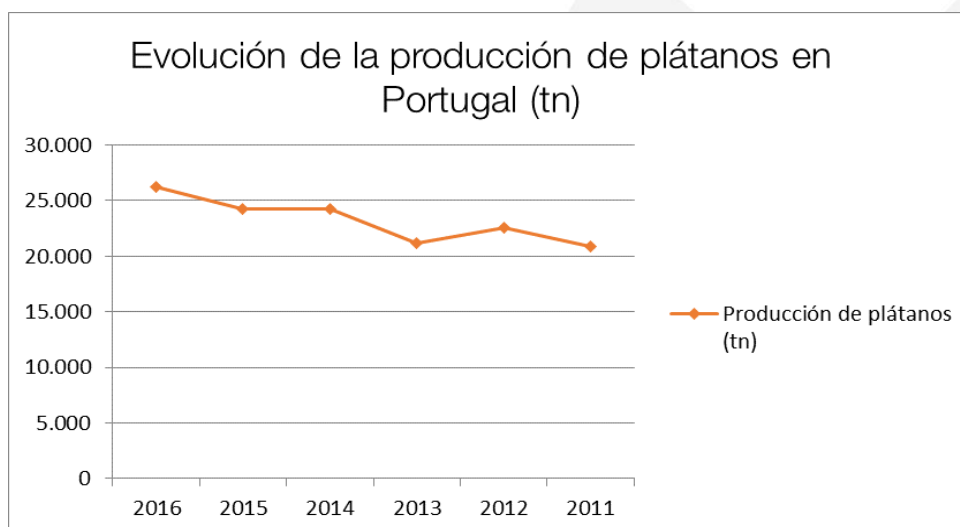
La producción de plátano, como cualquier otro cultivo, depende principalmente de razones climáticas y características geográficas específicas, es por ello que hoy día más del 90% de la producción mundial se encuentra localizada en Asia, Centroamérica y Latinoamérica. De hecho India, China, Indonesia, Brasil y Ecuador suman más del 50% de la producción mundial. A nivel europeo España es el principal productor y suministrador representando un 12,3% del consumo comunitario.

Según los datos obtenidos en la base de datos SABI, ésta identifica 151 empresas activas en el sector del cultivo de frutas exóticas en Portugal, de las cuales tan sólo 20 se dedican al cultivo del plátano. En cuanto al tejido empresarial, cabe destacar que es un sector formado en gran parte por productores pequeños agrupados en cooperativas y en cuanto a la incorporación por parte de las empresas del proceso de maduración del producto presenta una gran concentración, puesto que esta fase clave de su comercialización está controlada por un reducidísimo número de compañías.

En lo que se refiere a la localización de la producción de plátano en Portugal, esta se concentra principalmente en la isla de Madeira y residualmente en las Azores. Ambas islas presentan un clima y unas condiciones geográficas idóneas que permiten cultivar satisfactoriamente esta fruta.

Como puede observarse a continuación en el gráfico, la producción de plátano ha ido en aumento en los últimos cinco años. Este incremento se debe a la implementación de Buenas Prácticas Agrarias (BPA), la financiación destinada a proyectos rurales por parte de la Unión Europea y a la geografía insular de Madeira y Azores, que de esta manera han conseguido evitar el mal de Panamá, una enfermedad que afecta a los cultivos de plátanos. Para los próximos años se prevé que esta curva siga en ascenso.

Gráfica I. Evolución producción en toneladas (tn) de plátano en Portugal 2011-2016.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por INE.

EL MERCADO DEL PLÁTANO EN PORTUGAL

En cuanto al comercio internacional y atendiendo a la sub-partida 08.03, Portugal importa *plátanos (bananas)*, incluidos los '*plantains*' por valor de 99,5 millones de euros (TARIC 08.03.90.10) por valor de 98,44 millones de euros mientras que las exportaciones portuguesas únicamente suponen 2,1 millones de euros. Los datos del resto de sub-partidas son irrelevantes.

Destaca el papel de España como principal suministrador de plátanos en Portugal con un 60% de la cuota.

Tabla I. Valor total de las importaciones portuguesas con TARIC 0803 2011-2016.

	2016	2015	2014	2013	2012	2011
0803.90.10 PLATANOS (BANANAS), FRESCOS, (EXCEPTO PLATANOS MACHO).	98.446,95	86.823,59	77.925,88	76.833,46	79.662,89	78.471,99
0803.10.10 PLATANOS MACHO, FRESCOS.	592,18	369,16	2.006,33	2.681,21	1.352,36	
0803.90.90 PLATANOS (BANANAS), SECOS, (EXCEPTO PLATANOS MACHO).	491,58	730,73	590,24	1.354,63	435,44	
0803.10.90 PLATANOS MACHO, SECOS.	0,75	0,72		0,01	257,76	
TOTAL	99.531,46	87.924,20	80.522,45	80.869,31	81.708,45	78.471,99

Fuente: Elaboración propia a partir de datos facilitados por Euroestacom.

Según los últimos estudios, se puede afirmar que el consumidor portugués está cada vez más concienciado en cuanto a la salud y el bienestar, es decir a la adopción de hábitos de consumo saludables. Esta tendencia incide de manera directa y positivamente sobre el mercado de frutas y verduras. Por otro lado, en Portugal existen campañas de promoción para apoyar el consumo de productos nacionales, iniciativas que afectan directamente en el proteccionismo ante productos extranjeros, lo que podría constituir una amenaza para el Plátano de Canarias.

En parte, debido a esto el Plátano de Canarias, carece aún de la suficiente visibilidad y sigue siendo desconocido para el consumidor portugués, a pesar de tener cierta presencia en los principales supermercados.

En cuanto a las distintas vías de distribución, el sector del plátano en Portugal se encuentra gestionado por un número muy reducido de empresas que cuentan con maduración propia, esencial para acometer el proceso de la distribución lusa. En líneas generales, los canales más utilizados para la distribución de este producto siguen siendo los supermercados e hipermercados.

EL MERCADO DEL PLÁTANO EN PORTUGAL

Las previsiones de venta de frutas frescas tienen pronósticos de bajada y esto tendría una incidencia directa en los precios del plátano y complicaría la entrada de nuevos operadores. A pesar del buen momento que atraviesa la producción de plátano portugués, el sector del plátano europeo tiene que hacer frente a dos grandes problemas, por un lado la pérdida de fondos comunitarios del programa Posei (más acusada si cabe, con la salida de Reino Unido de la Unión Europea), para lo cual la Europa platanera, ha constituido un lobby como medida de presión y por otro lado los acuerdos comerciales de la Unión Europea con Colombia, Ecuador y Perú, gigantes de la producción de banana que amenazan con copar los mercados europeos de fruta latinoamericana en detrimento de las producciones nacionales de España, Francia y Portugal.

Como conclusión, a pesar de que Portugal es un productor de calidad, su volumen de oferta no cubre en absoluto la demanda interna. Por tanto superados los problemas indicados en el párrafo anterior, el Plátano de Canarias puede aumentar su presencia en el mercado, donde se recomienda realizar campañas de información y promoción del producto.