

EMILIO FUERTES SARASATE / Técnico-comercial de Planasa

# “La buena situación que vive el mercado del espárrago nos hace ser optimistas”

Con una previsión de ventas de 10 millones de plantas, Planasa afronta con gran optimismo esta nueva campaña de espárrago, un producto que aún mantiene un buen margen comercial y una demanda estable. Gracias a sus variedades de alta calidad,

con buenos rendimientos en campo y adaptadas a las múltiples exigencias del mercado, Planasa, presente ya en toda Europa, ha ampliado su radio de acción comercial hasta Sudamérica y Asia, y ahora se dispone a conquistar el mercado ruso

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. Inmersos en la nueva campaña de espárrago, ¿en qué punto se encuentra la actividad de Planasa?

**Emilio Fuertes Sarasate.** En estos momentos prácticamente hemos acabado de cosechar todo el vivero de plantas de espárrago y ya hemos empezado con los primeros envíos a Italia, Francia, Eslovenia...

En el caso de España, las intensas lluvias han retrasado el inicio de la campaña de recolección y también de plantación en el sur, aunque la situación en las plantaciones de Andalucía es dispar dependiendo de las zonas. Por ejemplo, en la región más fría de Granada las plantaciones llevan más de un mes de retraso y si bien es cierto que hay algunas parcelas que han empezado a recoger, aún no hay mucho producto nacional disponible en los mercados.

**VF.** ¿Cómo definiría la demanda de plantas en el seno de Planasa para este año?

**EFS.** En plantas de espárrago verde sigue habiendo bastante demanda. Tampoco como otros años pero desde Planasa vendemos todas las plantas de espárrago verde y siempre nos faltan plantas.

En espárrago blanco, la demanda es estable. Es un mercado más continuo por lo que las ventas se mantienen en los mismos niveles de un año para otro.

En total, Planasa comercializa anualmente 10 millones de plantas entre verde y blanco. Y este año, la previsión es mantener esta cifra.

**VF.** Y en el plano comercial, ¿cuál es la hoja de ruta marcada este año? ¿Hay intención de ampliar el radio de acción con la apertura de nuevos mercados?

**EFS.** Presentes en toda Europa como suministradores de plantas de espárrago, en los últimos años la estrategia de Planasa ha sido abrir mercados más lejanos como Asia o Sudamérica, donde la empresa ha obtenido muy buenos réditos. Para este año, por ejemplo, desde Planasa Chile hay proyectos interesantes con empresas fuertes chilenas y en el resto de países como Perú, en el caso de Sudamérica, y China, en el continente asiático, estamos obteniendo muy buenos resultados y aumentando el volumen de ventas en semillas de espárrago.

En Europa, las líneas de comercialización se dividen entre zona norte y zona mediterránea, cada una de ellas con variedades adaptadas a cada terreno de producción. En el área mediterránea, Placospes aumenta y en la zona norte predomina el espárrago Darlise.

Las preferencias por parte de los productores se mantienen.



Emilio Fuertes confirma que Planasa comercializará en 2013, diez millones de plantas de espárrago a nivel internacional. / PLANASA

Hay que saber que una de las características que se busca es la precocidad. Y este año, más que nunca a tenor del invierno que estamos teniendo y que aún persiste, hay mucha demanda de espárrago, hay buenos precios y quien está marcando la diferencia es aquel que tiene producto nacional y puede suministrar, sin tener que importarlo. Así las cosas, tanto en el sur como el norte, los clientes nos piden sobre todo variedades precoces y en este punto Placospes y Darlise son las más demandadas por su precocidad, buenos rendimientos en campo y su calidad.

En cuanto a la posibilidad de ampliar el área de influencia, desde Planasa siempre intentamos abrir mercados y buscar nuevos clientes. En este punto, dentro de la estrategia comercial de la empresa, hemos empezado a trabajar con los países del este. Las primeras experiencias con Eslovenia o Bosnia y con Macedonia hace unos años, han dado buenos resultados y la intención es ir aumentando nuestra

cuota de ventas gracias a nuestros viveros en Polonia, y se está estudiando la posibilidad de enviar plantas a Rusia.

Son planes de futuro que en el caso del espárrago hay que ir poco a poco, pero se están desarrollando de forma positiva.

**VF.** En estos tiempos convulsos económicamente y en los que sufrimos un estancamiento del consumo, ¿cómo ha repercutido este retraimiento de las ventas por parte de los consumidores en la actividad comercial de Planasa?

**EFS.** Según veo yo la situación del mercado, en mi opinión, el consumo de frutas y verduras no ha bajado tanto como en otros sectores. También hay que tener en cuenta que ante la falta de alternativa laboral, hay un aumento de plantaciones agrícolas y de productos que todavía tienen un buen margen comercial y permiten vivir de ellos. Entre estos productos se encuentra el espárrago, el verde sobre todo que estos últimos años ha obtenido buenos precios de venta y de liquidación. Todo ello ha

● “En espárrago verde la demanda va en aumento y en blanco se mantiene”

● “A nivel comercial, hemos empezado a trabajar con los países del este”

● “Placospes y Darlise son las variedades con mayor demanda ahora mismo”

propiciado un aumento de los pedidos en Planasa y poder mantener los niveles de venta a pesar de la crisis.

Otro punto importante y que no podemos olvidar es la necesidad de tener un buen producto y una selección de buenas variedades, pues permiten que la caída de ventas no sea tal o se pueda amortiguar mejor.

**VF.** A colación de la necesidad de tener una selección de buenas variedades, ¿qué características debe tener un espárrago de calidad y comercial?

**EFS.** Realmente con la especificación que hay ahora mismo por parte de los consumidores, no hay una variedad única que satisfaga todas las exigencias. Por eso es necesario tener varias líneas además de buscar características concretas para que el agricultor tenga a su disposición una gama de variedades entre las que elegir teniendo en cuenta el tipo de mercado al cual quiere acceder.

Evidentemente, hay unas líneas que son básicas y que debe-

mos garantizar por nuestra parte independientemente de cómo vengan los mercados. Por ejemplo, la rusticidad de la variedad, que sea una variedad resistente a enfermedades y plagas; la calidad, es decir que los turiones sean de buen grosor, que no se partan, que las yemas sean bien cerradas, que no sean huecos por dentro...

Ahora mismo, en Planasa las variedades con mayor salida comercial y más demanda son Placospes y Darlise. El primero para los países del sur y la Darlise para la zona norte. Y avanza positivamente la variedad Darzilla que el año que viene ya ocupará probablemente el tercer puesto en el ranking de las variedades más vendidas desde Planasa.

**VF.** Ahora que menciona la variedad Darzilla, fue la gran novedad presentada el año pasado. Una variedad que ha creado una gran expectación entre los productores y ya el año pasado hubo más demanda que oferta. ¿Se mantienen las buenas perspectivas este año? ¿Habrá problemas de suministro?

**EFS.** Las expectativas son excelentes y desde aquí ya informamos que este año de nuevo, no podremos atender todas las peticiones de planta Darzilla. En este punto, es necesario aclarar que en lo referente al cultivo del espárrago, por el método de obtención varietal que tenemos en Planasa, hacen falta varios años para tener un stock suficiente y disponibilidad de semillas. Con lo cual, el lanzamiento de una variedad se realiza un año pero este proceso puede durar dos o tres. No obstante, en el caso de Darzilla podemos asegurar que 2013 será el último año de este proceso ya que en 2014 habrá semillas disponibles suficientes para que nuestros viveros alcancen un volumen de plantas necesarias para responder a la demanda de nuestros clientes.

Este año, la disponibilidad de plantas para toda Europa será 20.000-25.000, pero de cara al año que viene, la previsión es llegar al millón.

**VF.** ¿Cuáles son las razones por las que Darzilla haya creado semejante expectación entre los productores nacionales e internacionales?

**EFS.** En primer lugar, se trata de una variedad que ha funcionado muy bien en campo, los productores están muy contentos con los resultados obtenidos. Esto ha hecho que cada vez haya más gente que quiera probarla. Además podemos considerar Darzilla como una variedad ‘todo terreno’, es decir que es apta tanto para la zona sur como norte.

Según todas las pruebas realizadas en plantaciones del norte y del sur, han mostrado que es una variedad, bien en blanco bien en verde, adecuada para ambas zonas. Sus características más destacables son que presenta un elevado porcentaje de calibres muy gruesos y que sus yemas son muy cerradas.



Imagen de las plantaciones de Darzilla en Le Barp (Francia). / PLANASA