PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERIA DE AGRICULTURA
Y PESCA

ASPECTOS ECONÓMICOS DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO DE LA SIDRA NATURAL EN ASTURIAS

SERIE INFORMACIÓN TÉCNICA
Nº. 9 / 90

Instituto de Experimentación y Promoción Agraria.

ASPECTOS ECONÓMICOS DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO DE LA SIDRA NATURAL ASTURIAS

AUTORES:

ANTONIO ÁLVAREZ PINILLA
ENRIQUE DAPENA DE LA FUENTE

CENTRO DE EXPERIMENTACIÓN AGRARIA

SERIE INFORMACIÓN TÉCNICA
Nº. 9 / 90

1ª. Edición, 1990
2ª. Edición, 1996

Edita: Consejería de Agricultura del Principado de Asturias.
Centro de Investigación Aplicada y Tecnología Agroalimentaria.

PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERIA DE MEDIO RURAL
Y PESCA

ASPECTOS ECONÓMICOS DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO DE LA SIDRA NATURAL EN ASTURIAS*

Antonio Álvarez Pinilla
Enrique Dapena De la Fuente
Centro de Experimentación Agraria (1)

RESUMEN:

Se describen las características generales de los lagares y se abordan los principales rasgos económicos que definen la producción, comercialización y consumo de la sidra natural en Asturias.

Se hace una referencia especial a la problemática del abastecimiento de manzana y el modo de asegurar el suministro de la cantidad necesaria de forma regular y reuniendo las debidas condiciones de calidad.

A modo de conclusiones se comentan las perspectivas de futuro y se plantean orientaciones para que puedan mejorar las condiciones económicas del sector.

Palabras clave: Sidra, estudio económico, producción, comercialización, consumo.

(1) Apartado 13, 33300 Villaviciosa (Asturias)

*Los autores agradecen la especial colaboración de Pablo Sánchez Miyas, Fernando García Fernández, Eloy Cortina y de las siguientes sidrerías: Cantábrico (Oviedo), Tino el roxu (Gijón) y el Congreso y El Furacu (Villaviciosa).

INTRODUCCIÓN

La sidra es, sin duda, más que una bebida. Además de estar presente en muchos platos de la gastronomía regional y de ayudar a apagar la sed durante los veranos, la sidra supone una peculiar forma de relación social. Por esta razón, la importancia del sector sidrero no puede medirse exclusivamente en base a una serie de cifras.

Al plantearse el análisis de la economía de la sidra es muy importante tener en cuenta que su carácter eminentemente tradicional confiere unas características económicas a su producción, comercialización y consumo, diferentes de las de otros sectores. Esto se debe al tradicional aislamiento del sector, que, en general, ha permanecido ajeno a la evolución experimentada durante las últimas décadas por el resto de los sectores económicos y, particularmente, por el de las bebidas.

El objetivo de este trabajo es analizar los aspectos económicos más importantes relacionados con la producción, comercialización y consumo de la sidra natural, intentando resaltar las peculiaridades que el carácter tradicional confiere a este sector. Antes de entrar a desarrollar esos aspectos, se describen algunas características generales de los lagares, en lo que se refiere a su número, tamaño y distribución geográfica.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS LAGARES

Número. El número de lagares de sidra en Asturias ha disminuido muy rápidamente en los últimos años (Gráfico 1), reduciéndose, según datos de la Consejería de Agricultura y Pesca del Principado de Asturias, en un 5396 desde 1980.

Por otra parte, de los 102 lagares registrados actualmente, solamente 83 producen sidra con fines comerciales*. Los 19 restantes han abandonado la producción comercial pero, en su mayor parte, producen una pequeña cantidad destinada al autoconsumo. Estas diferencias de la estadística oficial con la realidad productora se deben a que, según la legislación actual, sólo se puede dar de baja un lagar a petición propia o si, al cabo de cinco años, no ha solicitado ningún permiso de fabricación. Algunos lagares que ya han dejado de producir, siguen sacando ese permiso cada cinco años con el fin de no ser dados de baja, en espera de que algún miembro de la familia lo vuelva a poner en funcionamiento.

Salvo donde se cite otra fuente, todas las cifras empleadas en este apartado y en el de producción, provienen de un trabajo realizado en 1986 por el primero de los autores para la Consejería de Agricultura y Pesca. Las estadísticas que se ofrecen pueden considerarse como muy representativas ya que las encuestas se realizaron a la totalidad de los lagares registrados.

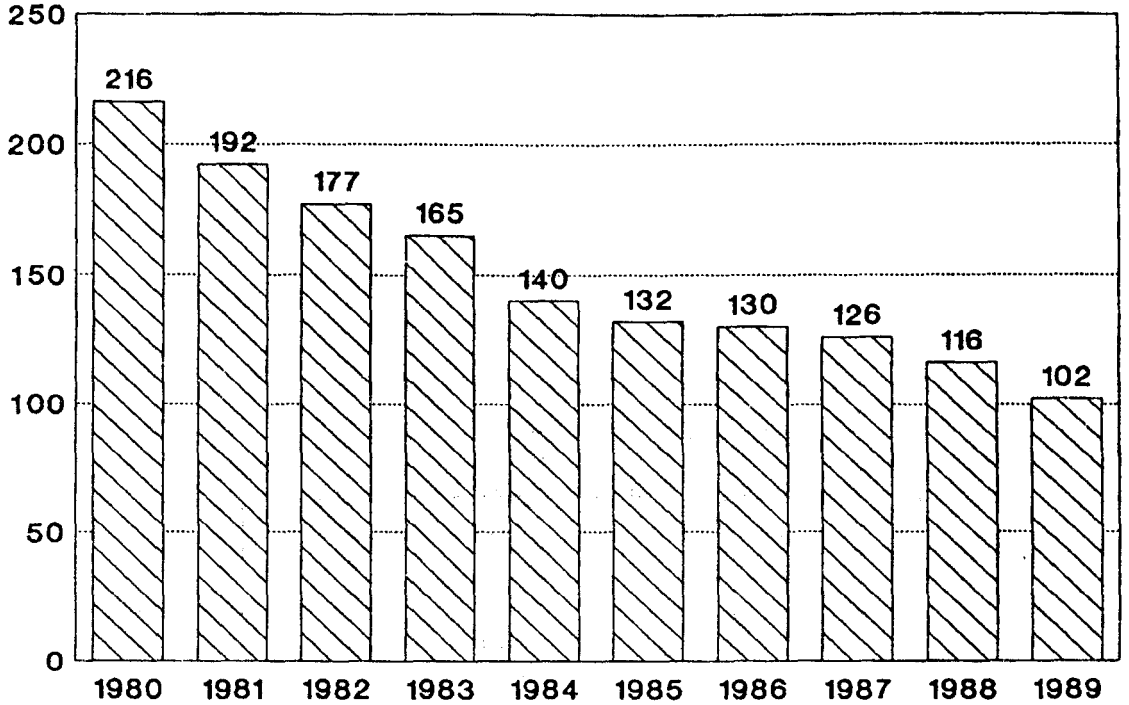

Gráfico 1.- Evolución del número de lagares de sidra natural

Este rápido descenso en el número de lagares artesanales o semiindustriales viene acompañado por la casi nula aparición de nuevas empresas, como lo demuestra el hecho de que en los últimos diez años sólo se han creado seis nuevos lagares. Por ello, en los próximos años puede esperarse que continúe la disminución del número de lagares en activo, ya que, como se verá en el apartado siguiente, hay un gran número de pequeños lagares, los cuales se mantienen más por motivos de tradición que por criterios puramente económicos. En algunos de ellos, la avanzada edad de los propietarios y la ausencia de hijos que puedan continuar el negocio, hacen que en un futuro no muy lejano estén condenados a desaparecer.

La razón de la escasa creación de nuevos lagares hay que buscarla en la tradición familiar que tienen la mayoría de estas empresas. El origen de los lagares así lo demuestra, ya que un 62°% han sido heredados, un 30% iniciados por el propio lagarero y sólo un 8% adquirido mediante compra. Este aspecto queda también reflejado en que solamente siete lagares están constituidos bajo formas jurídicas modernas, como sociedades anónimas o limitadas. Por otra parte, la mayoría de los nuevos lagares han sido creados como parte de restaurantes dedicados a dar espichas. De hecho, un elevado porcentaje de los lagareros ejerce algún otro tipo de actividad, siendo las más importantes la ganadería (56%) y la hostelería (34%). Según declaraciones de los propios lagareros, la sidra es el principal medio de vida sólo para un 60% de ellos.

La producción de este relativamente reducido número de empresas no supone la totalidad de la sidra natural bebida en Asturias, ya que a estos lagares artesanales o semiindustriales hay que sumar un número elevado de lagares familiares, muy difícil de precisar, cuya producción se destina exclusivamente al consumo doméstico.

Tamaño. En el gráfico 2 se puede observar la distribución de lagares según su capacidad de almacenamiento. Como se puede ver fácilmente, la mayor parte de los lagares en activo son de una dimensión muy reducida. Sin embargo, hay una serie de lagares que han aumentado de forma importante su capacidad en los últimos años, llegando algunos de ellos a pasar del millón de litros. La capacidad de todos los lagares se aproxima a los 25 **millones** de litros, aunque en medios periodísticos se han barajado a veces cifras que la sitúan en torno a los 30 millones,

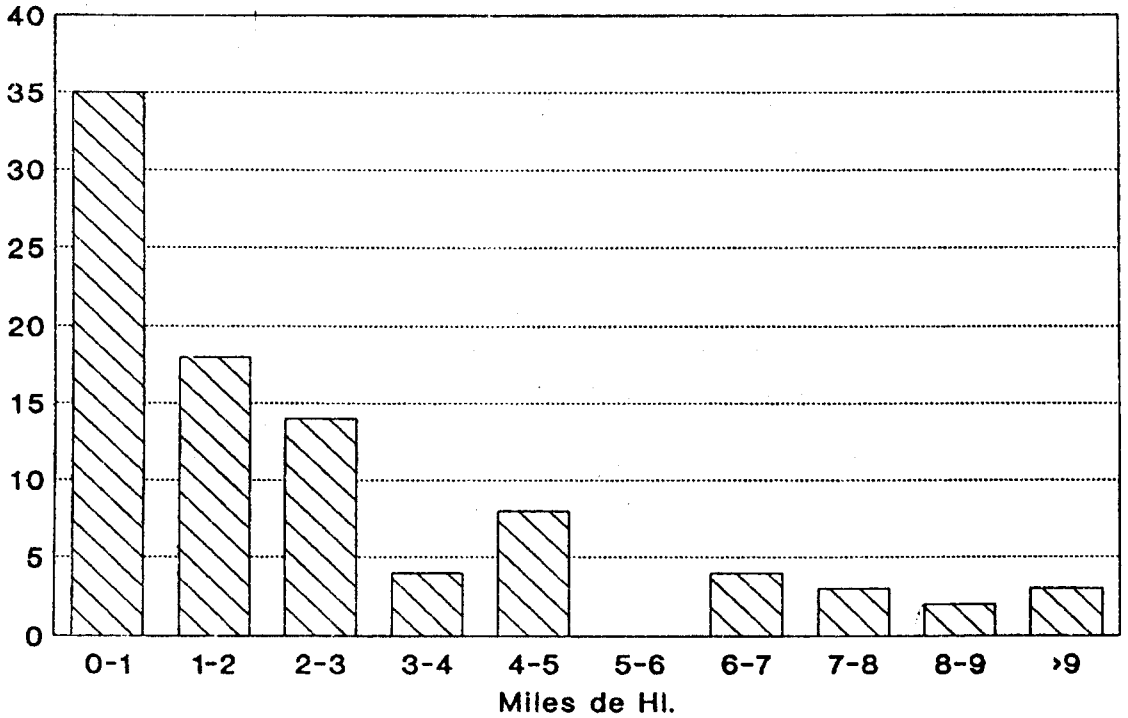

Gráfico 2.-Número de lagares de sidra según su capacidad.

A pesar de que el número de lagares grandes es muy reducido, éstos concentran la mayor parte de la capacidad productora del sector. Así, hay - 10 lagares mayores de 6.000 Hl., un 10% del total, que suman una capacidad de almacenamiento de 10 millones de litros, un 40% del total.

Distribución geográfica. La producción de sidra natural está concentrada, principalmente, en cuatro concejos (Gráfico 3). El más importante es Gijón con 32 lagares, seguido de Villaviciosa con 24, Siero con 19 y Nava con 10. El resto de los lagares (17) se distribuyen por la zona central de Asturias. Solamente existen dos lagares en la zona oriental y ninguno en la zona occidental.

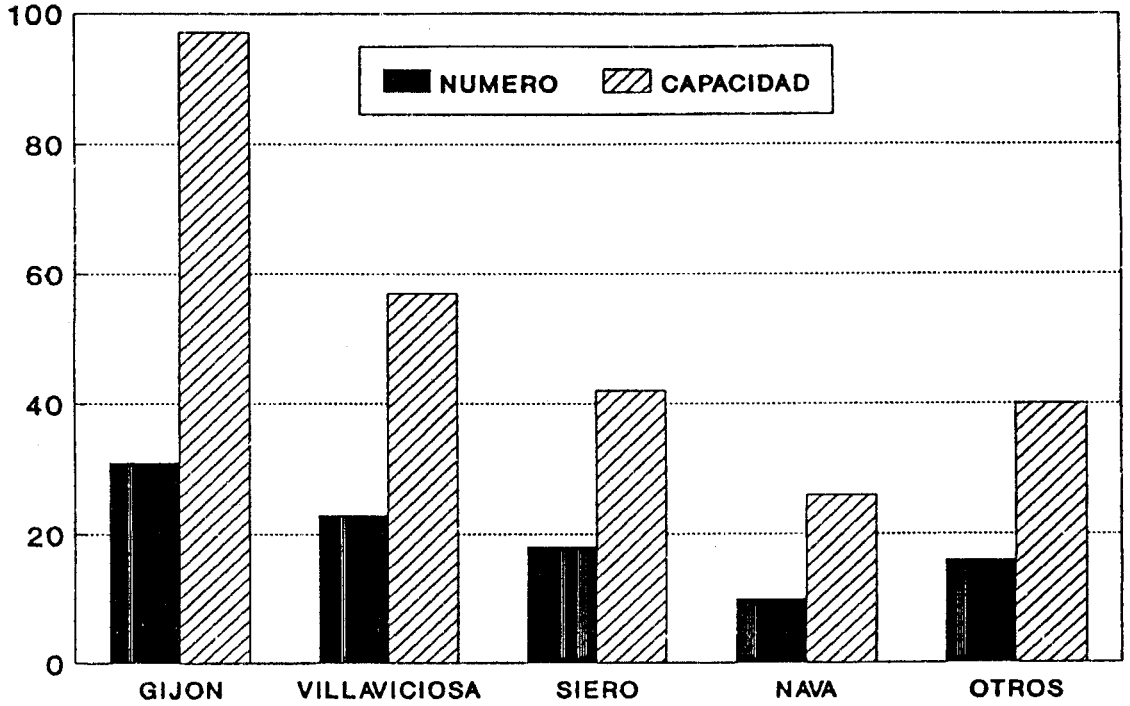

Gráfico 3.- Número y capacidad (1.000 Hl.) de los lagares según concejos.

Esta concentración espacial de los lagares obedece a dos razones: proximidad a las zonas tradicionalmente productoras de manzana y a los grandes centros de consumo. Una vez más se observa aquí el carácter tradicional del sector, reflejado en el hecho de que no han aparecido empresarios capaces de conquistar los mercados potenciales existentes en las zonas laterales de la región. De hecho, la desaparición de algunos lagares que abastecían mercados locales no ha originado la aparición de otros lagares que cubriesen esa cuota de mercado.

LA PRODUCCIÓN DE SIDRA

Abastecimiento. Uno de los principales problemas que tiene planteados el sector de la sidra en la actualidad es el de la materia prima. En concreto, hay tres aspectos de este problema que merece la pena analizar:

a) La escasez de manzana

El escaso cuidado de las pomaradas asturianas, unido a la disminución del número de árboles en buen estado productivo, y la insuficiente renovación del efectivo productivo mediante la creación de plantaciones con innovaciones técnicas que permitan una rápida entrada en producción, hace que cada vez sea más difícil el abastecerse de suficiente cantidad de manzana asturiana de calidad.

b) Alternancia bianual de cosechas

Otro grave problema lo constituye la alternancia de cosechas ("vecería") en la producción de manzana de sidra, que hace que en los años pares se den cosechas bajas, mientras que en los impares se obtienen producciones altas. Esta alternancia en la producción es el resultado, principalmente, de un mal manejo de las pomaradas pues, aunque un porcentaje bastante elevado de variedades de manzano de sidra presentan una tendencia fisiológica a la alternancia, en la mayor parte de los casos se puede evitar o minimizar con cuidados adecuados y la utilización de nuevas técnicas de cultivo.

c) Condiciones de suministro

Como es sabido, las tradicionales pomaradas están constituidas por distintas variedades distribuidas al azar. Ello impide o dificulta que la recogida se pueda efectuar por variedades en función de la época de maduración, de tal modo que en los lagares se puedan agrupar en bloques tecnológicos (ácido, acidulado, dulce, dulce-amargo y amargo). La importancia de mayar en el momento óptimo de maduración, así como efectuar una mezcla ponderada de variedades o grupos tecnológicos tendría una gran repercusión en la obtención de una sidra de características definidas y en la regularidad de la calidad.

De todo ello se deduce la importancia que supone la renovación de las pomaradas en función de criterios innovadores que permitan una precocidad de fructificación para asegurar el suministro de manzana en los próximos años en que se prevé una disminución, a medida que envejecen las pomaradas, evitar la alternancia bianual de cosechas y afrontar el suministro de manzana considerando los nuevos requerimientos que va a suponer la introducción de mejoras en la elaboración.

La escasez de manzana asturiana determina que los lagareros compren manzana de otras provincias para completar su producción, no adoptando, en general, medidas encaminadas a estimular la plantación de manzana en la región y a mejorar el estado de las ya existentes*. La principal fuente alternativa de abastecimiento de manzana es Galicia, aunque en 1984 y 1986 hubo algunos lagares que llegaron a importar manzana de Normandía (Francia). En años de mala cosecha, un 80% de los lagares traen manzana de otras provincias, mientras que en años de buena cosecha ese número se reduce al 30%. Esta "importación" de manzana supone en años de mala cosecha un 40% del total de la manzana "pisada" en Asturias, por sólo un 10% en los años de buena cosecha. Las posibilidades de traer manzana de Galicia podrían disminuir dada la creación en esa región de la fábrica de sidra industrial Manzanera de Galicia, que puede llegar a absorber una parte importante de la manzana producida en Galicia.

La Consejería de Agricultura y pesca del Principado de Asturias ha realizado campañas de fomento de plantación de árboles en los años 1988 y 1989.

El precio de la manzana ha sido motivo todos los años de duras discusiones entre lagareros y cosecheros, aunque de forma poco organizada, hasta la campaña 1989, en que se ha dado el primer paso encaminado para asegurar una estabilidad en el precio de la manzana mediante la firma por la Asociación de cosecheros de manzana de sidra y la Asociación de lagareros de Asturias en la recién creada mesa interprofesional del sector de un precio mínimo de garantía de 27 Pts/Kg. para tres años con un incremento anual en función del IPC. Es difícil hablar de precios anuales medios, ya que para una misma campaña el precio de la manzana fluctuaba mucho desde que empezaba la recolección hasta que acababa. Unas cifras aproximadas del precio y producción de la manzana en Asturias pueden verse en el gráfico 4, en el que resalta la fuerte caída del precio de la manzana en los años impares, coincidiendo con años de buena cosecha.

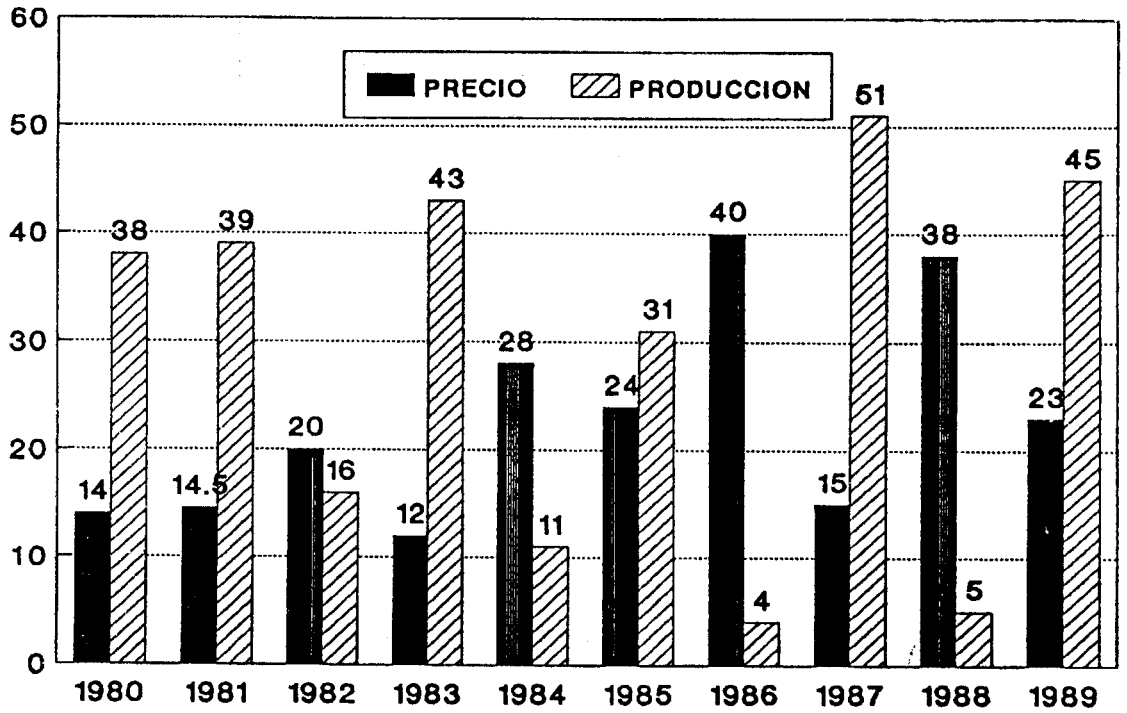

Gráfico 4.- Producción (1000 tm.) y precio (pts/kg) de la manzana de sidra.

Hay tres formas de abastecimiento: compra directa a cosecheros, a través de intermediarios (dentro del sector se les conoce como "compradores") y de cosecha propia. En años de buena cosecha, un 5096 de la manzana se compra directamente, un 45% por medio de intermediarios y sólo un 596 es de cosecha propia. En años de poca producción, el porcentaje que corresponde a la manzana adquirida a través de intermediarios sube bastante ya que toda la manzana comprada fuera se hace de esta forma.

Los "compradores" son intermediarios que actúan por encargo de lagareros que, para ahorrar trabajo, cuando van a comprar manzana en zonas alejadas contactan con uno de estos compradores para que se la reúna a un precio prefijado, recibiendo una comisión de unas 2 Pts/Kg. En el caso de la manzana de

Galicia, el procedimiento es el mismo salvo que se desconoce el precio al que el comprador adquirió la manzana y, por tanto, su comisión. Cuando se compra manzana gallega por este procedimiento, al no poder conocer con detalle las transacciones efectuadas por los compradores, éstos la adquieren a veces en zonas más baratas, por lo que, en ocasiones, procede de otras provincias (León, Zamora) que no producen manzana con tan buenas cualidades para su transformación en sidra como la de Galicia.

Producción. A pesar del importante descenso en el número de industrias, la producción no ha disminuido, debido al aumento de capacidad de las restantes. Las estadísticas de producción de sidra son bastante dispares, siendo bastante difícil cuantificar el volumen de sidra fabricado cada año. El principal problema lo plantea el carácter alternativo de la cosecha de manzana. En años de mucha manzana se produce más sidra por dos motivos. Primero porque hay lagares que sólo producen en años de buena cosecha como lo demuestra el hecho de que en 1984 hubo 34 lagares que no fabricaron, cifra que se redujo a un lagar en 1985. Segundo, porque los años de mucha manzana el precio de ésta se reduce, haciendo más atractiva la producción para los lagareros, algunos de los cuales "mayan" manzana ya en Septiembre para embotellarla en Noviembre, época en la que todavía hay manzana para volver a mayar otra vez, por lo que esos años llegan a producir por encima de la capacidad de su bodega. Puede decirse que en estos años la producción de sidra supera ligeramente los 25 millones de litros, mientras que en los años pares las cifras varían bastante según sea la cosecha y, por tanto, el precio de la manzana.

La gran variabilidad que ofrecen las producciones en los años pares e impares, y que se deben a la alternancia de la cosecha de manzana, no debe inducir a pensar que el consumo también fluctúa mucho de un año a otro. La venta de la producción de un año de buena cosecha no se realiza por entero al año siguiente, sino que muchos lagares reservan parte de esa producción para venderla al segundo año, al que corresponde una peor cosecha de manzana. La mitad de los lagares, aproximadamente, no tiene vacía su bodega cuando empieza a "pisar" una nueva cosecha.

LA COMERCIALIZACIÓN DE LA SIDRA

Canales comerciales. El principal canal comercial es el de Productor-Minorista Consumidor, por el que se realiza aproximadamente un 80°C del total de la distribución. Las sidrerías han sido y siguen siendo, lógicamente, los principales minoristas del sector, seguidos de otros bares y restaurantes. Sin embargo, en los últimos años la sidra ha empezado a comercializarse a través de algún otro tipo de minoristas, como tiendas y supermercados.

En algunas zonas, como las Cuencas Mineras y el occidente asturiano, predomina la distribución por el denominado canal largo, Productor-Mayorista Minorista-Consumidor. El 3996 de los lagares utiliza los servicios de esto: intermediarios mayoristas, conocidos dentro del sector como almacenistas, que suelen trabajar con una comisión en torno al 2096.

En los último años ha cobrado una importancia creciente el canal directo, Productor-Consumidor, principalmente a través de la recuperación de la costumbre de las "espichas", lo que ha hecho que algunos lagares hayan acomodado parte
de sus instalaciones para la celebración de las mismas. Aproximadamente, una cuarta parte de los lagares realizan esta venta al detalle.

Una práctica comercial poco conocida, pero relativamente frecuente, es la compra y venta de sidra entre los propios lagares. Una quinta parte de los lagareros están envueltos en este tipo de transacciones, siendo algo superior el
número de los que compran al de los que venden. La forma de realizar esta es que el lagarero comprador vaya con sus botellas y corchos al lagar del vendedor, donde procede a llenar las botellas en el tren de embotellado. La importancia cuantitativa de esta forma de comercialización es muy pequeña, pudiendo calcularse las transacciones así realizadas entre 1.000 y 3.000 Hl. También hay un número muy reducido de lagares, no superior a cinco, que no comercializan su propia sidra, sino fue la venden en su totalidad a otros lagares, careciendo por tanto de marca comercial.

Exportación. Una pequeña parte de la producción de sidra se "exporta" a otras provincias, siendo las principales Madrid, León, Valladolid, Tarragona, Valencia (Alicante. Esta tarea exportadora la llevan a cabo no más de 20 lagares, quienes
tienen a enviar fuera de Asturias por término medio una quinta parte de su) producción, lo que puede suponer en un año de buena cosecha de manzana entre 1,5 y 2,5 millones de litros, aunque otras fuentes, como SADEI, estiman la cantidad exportada en 3,75 millones de litros. ,

También se envía una pequeña cantidad de sidra al extranjero. Un grupo de oros cinco lagares envían regularmente sidra a países tan distantes como /enezuela y Bélgica. Las cantidades exportadas en los últimos años han sido de ?0.000 litros en 1985 y de 30.000 en 1986.

Precios*. La evolución del precio de venta de la botella de sidra al minorista (Gráfico 5) no ha sufrido, en términos reales, grandes variaciones desde 1980. A pesar del aumento del valor nominal de la caja de sidra, ese incremento sólo ha sido ligeramente superior al del coste de la vida, como lo indica el que el precio de la sidra en pesetas constantes no esté muy por encima del precio de 1980. Los años pares, en los que se vende la sidra correspondiente a años de abundante cosecha de manzana, el precio de la caja de sidra suele caer en términos reales, llegando algún año a disminuir en términos nominales.

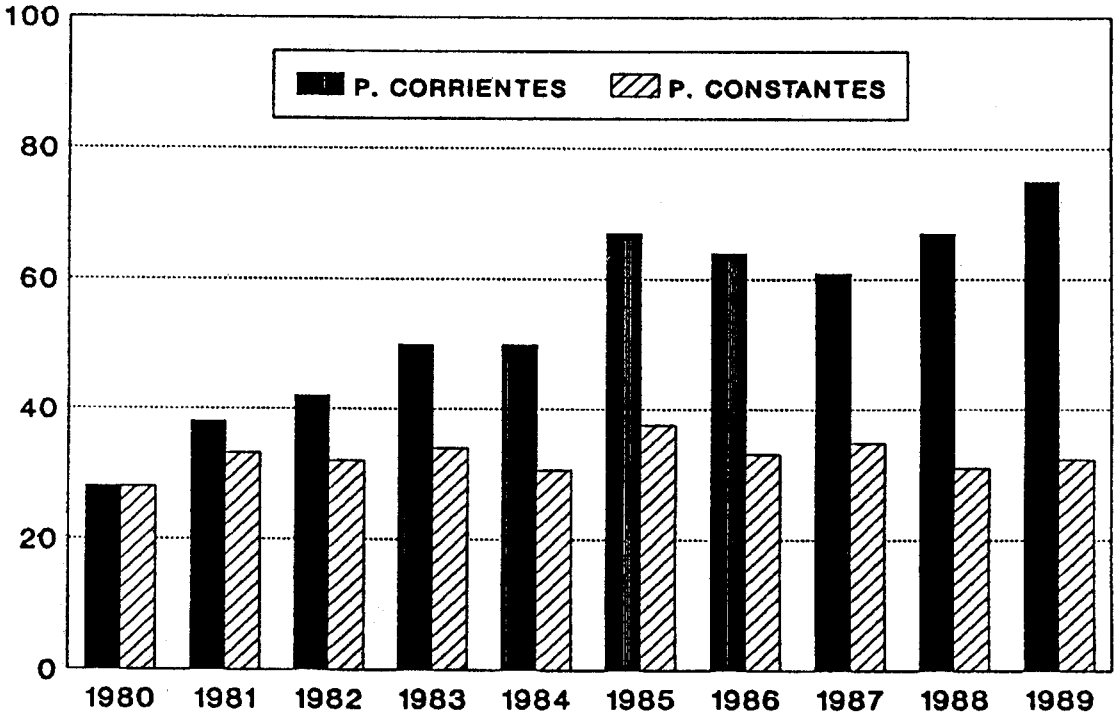

Gráfico 5.- Precio de la botella de sidra al minorista (sidrería).

El precio sufre una serie de variaciones estacionales a lo largo de la campaña`. El precio es menor al principio del año para acabar subiendo en el verano, coincidiendo con una mayor demanda y con la aparición en el mercado de la sidra de los lagares de Nava, que, al ser generalmente más apreciada por los consumidores, suele salir con un precio algo superior.

Las estadísticas de precios han sido elaboradas con la colaboración de algunas de las principales sidrerías de Oviedo, Gijón, Avilés y Villaviciosa. Los datos no pretenden. por tanto, reflejar medias provinciales.

Estos datos se refieren a la evolución del precio de la botella de sidra de Nava durante el verano. .a

Estos datos son precios medios pera las principales sidrerías antes mencionadas.

Los industriales intentan a principios de temporada fijar el precio de venta de la caja de sidra para evitar que éste se reduzca por el juego de la oferta y la demanda. Estas negociaciones no suelen ser muy fructíferas, ni los acuerdos adoptados muy duraderos. El problema lo constituye la escasa estabilidad biológica que posee parte de la sidra actualmente elaborada, que hace de ésta un producto perecedero que debe ser consumido en el año. Por esta razón, algunos lagareros suelen vender por debajo de ese mínimo prefijado por miedo a no poder vender toda su producción, lo cual condiciona también el precio del resto. Todo este proceso suele estar rodeado de toda una picaresca comercial que no ayuda en nada a la imagen del sector.

El precio de la botella de sidra al consumidor ha seguido una evolución similar (Gráfico 6) aunque, contrariamente a lo que mucha gente piensa, si tenemos en cuenta la inflación habida durante estos años, la sidra no ha aumentado sustancialmente de precio en términos reales; es decir, su precio nominal no ha subido por encima del coste de la vida*. De hecho, al precio actual (Mayo, 1990) de 150 pesetas, la sidra está muy poco más cara que en 1980.

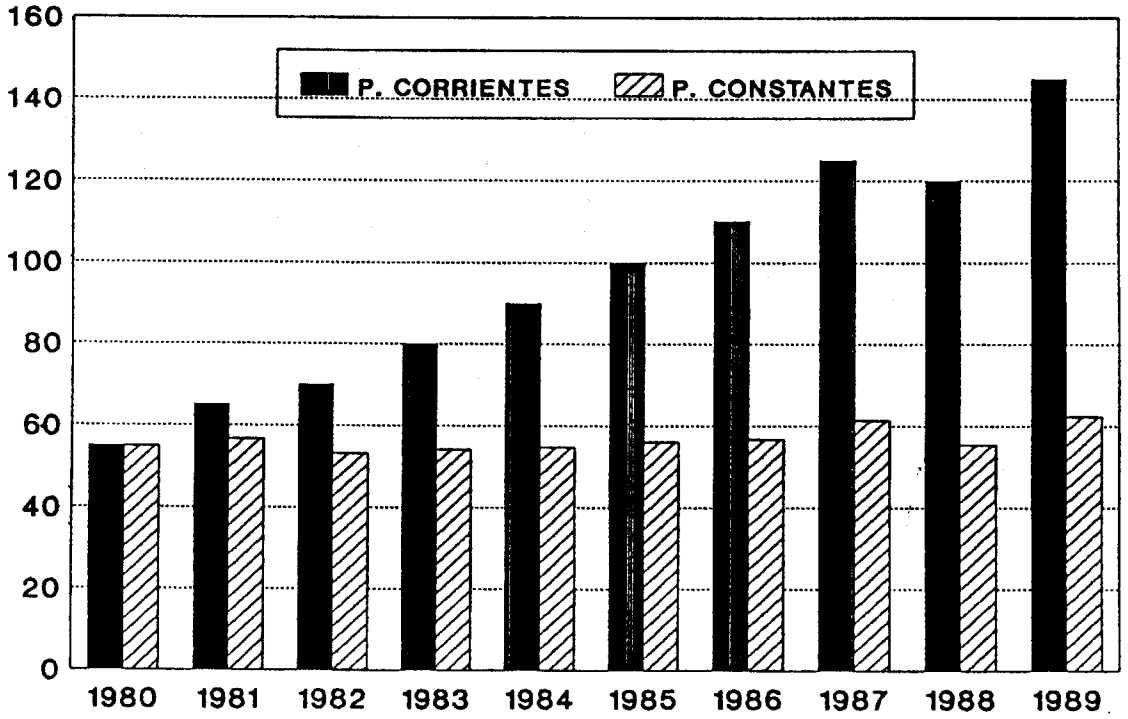

Gráfico 6.- Precios de la botella de sidra al consumidor.

.- **Estos precios la consumidor han sido tomados de las principales sidrerías**

En el Gráfico 7 se puede ver la evolución en el margen bruto de los minoristas. Está claro que, a pesar de las subidas en el precio de la botella de la sidra, sus ganancias han sido absorbidas por el incremento en el precio de la caja de sidra. Solamente en el año 1989, el margen bruto ha superado ligeramente en pesetas constantes al margen que tenían en 1980.

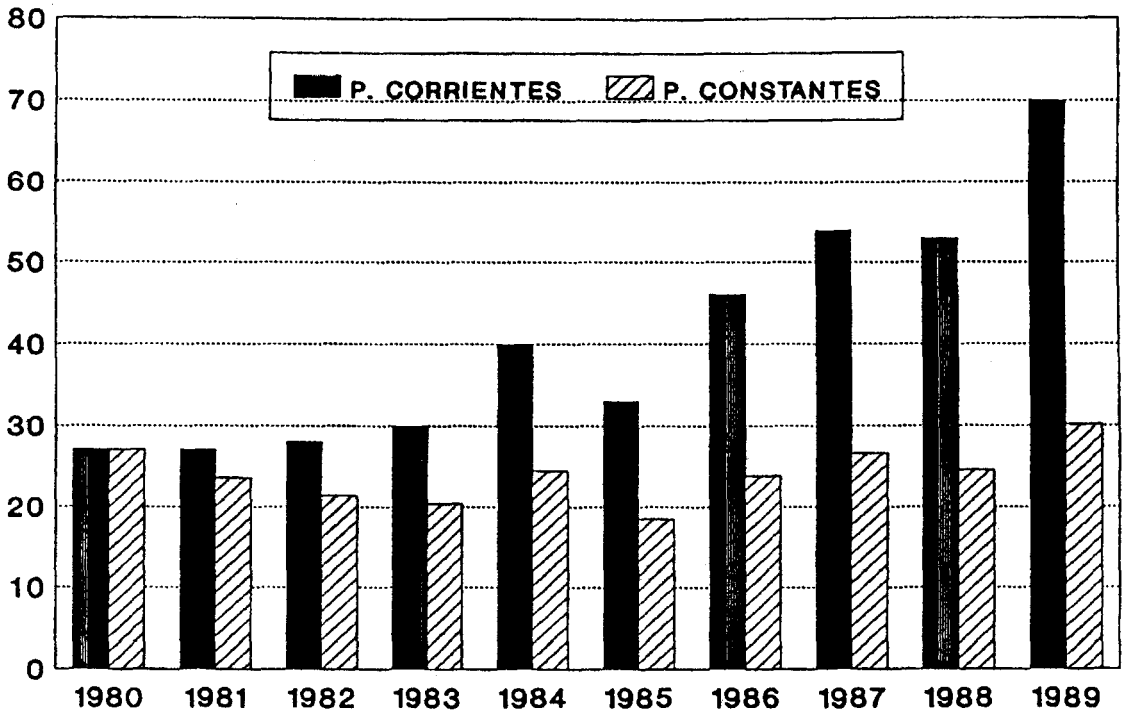

Gráfico 7.- Margen bruto minoristas.

Publicidad. La publicidad, una de las principales herramientas del marketing moderno, no existe en el sector. Aparte de la campaña de promoción de la sidra realizada por la Consejería de Agricultura y Pesca en 1985, y la que actualmente se realiza englobada dentro de la campaña de promoción de productos asturianos, los lagareros no hacen ningún tipo de publicidad de marca. Este comportamiento, totalmente atípico dentro de las pautas comerciales modernas, tiene una doble justificación. Por un lado, a los precios vigentes, los lagareros pueden vender toda su producción. Por otro, como se verá más adelante, no existe discriminación de producto por parte de los consumidores.

EL CONSUMO DE LA SIDRA*

El carácter tradicional de la sidra natural destaca fundamentalmente en s consumo. En las últimas décadas los hábitos de consumo se han visto modificada en muchos sentidos. En lo que respecta al sector bebidas, la aparición de nuevos establecimientos, como cafeterías y discotecas, ha alterado las costumbres sociales de los españoles y, por tanto, su forma de beber. Con estos nuevos establecimientos van asociados una serie de productos (refrescos, cerveza) que han modificad también los gustos de los consumidores. Sin embargo, el consumo de sidra natural ha permanecido ajeno a todas estas corrientes que se producían a su alrededor. De hecho, ni los establecimientos donde se vende la sidra, ni el producto con si. atributos (envase, etiqueta) han sufrido modificaciones importantes. A continuación se analizan, desde el punto de vista económico, algunos de los aspectos más relevantes que tiene el consumo de la sidra.

Establecimiento.El inexcusable ritual que supone el escanciar la sidra condiciona las características del local donde se bebe. Por otra parte, esa especial forma de servir la sidra limita de manera importante su consumo en el propio domicilio. Solamente un 53% de los consumidores beben sidra en sus hogares, siendo este porcentaje más bajo en zonas urbanas (49%) que en zonas rurales (68%).

Envase. El tamaño de la botella de sidra (3/4 L) también condiciona su forma de consumo. A pesar de su bajo contenido alcohólico, no suele ser frecuente que un consumidor pida una botella de sidra individualmente en una sidrería. Esta proporción es, sin embargo, mucho más alta en el caso de los hombres (48%) que en el de las mujeres (11 %). De hecho, la sidra es una bebida cuyo consumo está asociado a ciertos comportamientos sociales, más que a otras funciones de las bebidas, como acompañar comidas o satisfacer la sed.

Por este motivo, en el caso de la tradicional sidra natural no parece que sean muy interesantes algunas alternativas comerciales basadas en el cambio de formato del envase y destinadas a fomentar el consumo de esta sidra en otro tipo de locales. Este es el caso de botellín de sidra natural, del que se ha. hablado en los últimos años como forma de introducir el consumo de sidra en locales como las cafeterías. Sin embargo, puede resultar de interés la elaboración en los actuales lagares, mediante técnicas artesanales o semiindustriales, de un tipo de sidra de elevada calidad, parcialmente dulce y con características organolépticas algo diferentes, al objeto de diversificar la gama de productos ofertados. Esta nueva sidra, que no necesita ser escanciada, puede ser más adecuada para el consumo en restaurantes, cafeterías y en el hogar.

Las cifras de este apartado han sido tomadas de un estudio efectuado en 1984 por el primero de los autores y J.M. Múgica. Los datos se obtuvieron mediante una muestra aleatoria a 400 consumidores en toda Asturias.

Etiquetado. Antes de entrar a comentar un tema tan controvertido como el del etiquetado, conviene aclarar que todas las sidras comerciales llevan en el corcho el nombre de su respectivo fabricante, así como su graduación alcohólica y número de embotellador. A pesar de ello, otra de las particularidades que tiene el consumo de la sidra natural es la escasa diferenciación por los consumidores entre distintos fabricantes, sobre todo en el caso de los consumidores ocasionales.

Cuando se solicita una botella de sidra, casi nadie la pide por su marca, lo que da a entender que la gente no tiene una preferencia por una sidra determinada. Solamente un 8% de los consumidores declara tener una marca de sidra preferida. Evidentemente, esta cifra corresponde a la media de la población asturiana, aunque entre los consumidores habituales esa proporción será mayor. Si a esto se añade que la mayor parte de las sidrerías (7096) venden sidra de un solo lagar, podrá entenderse fácilmente que la sidra sea pedida por su nombre genérico y no por la correspondiente marca comercial.

No obstante, algunas sidrerías que se esmeran en cuidar la calidad del producto que venden, cambian con relativa frecuencia de sidra, procurando encontrar en cada momento la mejor, a fin de mantener la fidelidad de su clientela. De no hacerlo así podrían perderla, ya que los consumidores habituales de sidra van persiguiendo su bebida preferida por aquellas sidrerías que en cada momento tienen el mejor "palu", como se dice en el argot habitual. Estos "nómadas de la sidra" son un ejemplo más del carácter tradicional del sector, esta vez en lo que se refiere a una forma de discriminación de producto que poco tiene que ver con las más habituales, basadas principalmente en la imagen de marca. Ello pone de relieve que a los consumidores asturianos sí les importa la calidad de la sidra, aunque en la situación actual sea difícil diferenciar dicha calidad en base a la marca.

Por otra parte, de lo anteriormente expuesto, surge la pregunta de si este particular sistema de discriminación de producto es racional o no. Mucho se ha abogado en los últimos años sobre la conveniencia de etiquetar la sidra. De hecho ésta es una práctica habitual entre los que envían sidra fuera de nuestra provincia, ya que así lo exige la legislación actual, aunque no faltan quienes esporádica o reiteradamente la incumplen. En Asturias parece más discutible su utilidad en el momento presente, ya que, en las condiciones actuales de producción, no se consigue un producto homogéneo de un año a otro, y dentro del mismo año no todos los toneles de un mismo lagar tienen una sidra de similar calidad.

Sin embargo, la colocación de una etiqueta bien visible con el nombre del productor, comprometería a éste a obtener una sidra de mayor calidad, a fin de evitar el deterioro de la imagen de su marca, con lo que se podría potenciar indirectamente la calidad global de la sidra natural y contribuir a la defensa de los intereses del consumidor. Además, con el objeto de potenciar la venta directa de sidra en un canal corto de comercialización "pequeño productor" consumidor, dicha medida tendría interés para mejorar la presentación del producto. Este tipo de venta permitiría la integración al circuito comercial de la sidra de ciertos lagares familiares que actualmente no la comercializan.

Hoy en día es también importante el papel que desempeñan los dueños de sidrerías en la elección de una buena sidra, al confiar los consumidores, en muchas ocasiones, en su buen gusto. Así; una práctica habitual en- estos "chigreros", verdaderos profesionales de la sidra, es visitar los lagares para probar las distintas "pipas" y encargar un determinado número de cajas de la que ellos consideran la mejor. En este sentido, se ha notado en los últimos años la aparición de un buen número de sidrerías que intentan cuidar el producto.

Estacionalidad. El consumo de sidra, tiene un fuerte componente estacional, coincidiendo los picos de venta en los veranos. Esta estacionalidad en el consumo está más arraigada en los jóvenes, por lo que, de cara al futuro del sector, es importante un mayor acercamiento de la sidra a estos jóvenes que serán los futuros clientes de las sidrerías.

CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS DE FUTURO DEL SECTOR

Lo expuesto en los apartados precedentes resume la evolución del sector y su situación actual. Sin embargo, hay un cierto grado de incertidumbre sobre cuál puede ser su situación futura. Aunque son muchos los que tienen una visión pesimista, parece claro que, si se saben aprovechar todas las posibilidades que permiten los diversos aprovechamientos de la manzana, hay buenas perspectivas de desarrollo. En cualquier caso, el objetivo fundamental, para un fortalecimiento del sector de cara al futuro, debe dirigirse a lograr un producto de mayor calidad de una forma más regular. Sin caer en tópicos, como el escaso dinamismo empresarial del sector, a continuación se ofrecen algunas sugerencias que se estiman necesarias para lograr dicho objetivo.

En primer lugar, es necesario mejorar la calidad de la materia prima empleada. Como ya se ha comentado, la desaparición de: muchas pomaradas y el descenso en los rendimientos de las existentes, ha provocado que la cantidad de manzana asturiana empleada en la fabricación de sidra no sea la: deseable.

Según los datos estadísticos de producción de manzana (véase gráfico 4), se puede considerar que, salvo cosechas excepcionales, la producción esperada en años impares es aproximadamente de 30-35.000 Tm, mientras que en los años pares es de 10-15.000 Tm. En cuanto a las necesidades, se calcula que se requieren de 37-40.000 Tm para fabricar alrededor de 25 millones de litros de sidra natural. Por otra parte, si se considera que, en los años de buena cosecha, el porcentaje de manzana asturiana utilizada en la elaboración de sidra gasificada es del 25-30 °C, lo que representa del orden de 10-15.000 Tm, se pueden estimar en más de 50.000 Tm las necesidades actuales de manzana.

Dado que la aplicación de técnicas culturales adecuadas puede conseguir regularizar las cosechas, se podría estimar en 15-20.000 Tm el déficit actual de manzana para cubrir las necesidades de fabricación de productos sidrícolas, sin considerar la demanda potencial existente para la elaboración de zumos u otros

derivados de la manzana, como el aperitivo, vinagre, mermeladas, etc. Este déficit se podría subsanar con la plantación de unas 600 ha de manzana de sidra en cultivo de carácter intensivo, sin considerar las necesarias para renovar las plantaciones que están llegando al final de su vida productiva.

Pero no es suficiente con plantar muchos árboles, sino que también es esencial el cómo se hace para conseguir que, por una parte, sea rentable y atractivo para quien los planta y, por otra parte, responda a las necesidades actuales y las que se prevén por parte del sector lagarero. En este sentido es imprescindible tanto en aras de la viabilidad de las nuevas plantaciones y rentabilidad del agricultor, como de resolver la acuciante necesidad de manzana por los lagareros, el utilizar sistemas de cultivo que permitan la rápida entrada de producción así como una racionalización de las plantaciones. A modo de ejemplo, se puede señalar la necesidad de que la distribución de variedades se efectúe por líneas completas de la misma variedad, a fin de poder efectuar un manejo agronómico individualizado de cada variedad y permitir una recogida separada de las mismas por épocas de madurez, la cual facilitará determinadas prácticas en los lagares, cada día más necesarias.

Sin embargo, hasta la campaña anterior, la tendencia a pagar la manzana a bajos precios en los años de buena cosecha, unido a la alta variabilidad de los mismos y que no se conociesen por parte de los productores sistemas de cultivo más rentables, no habían hecho muy atractivo que se acometiesen nuevas plantaciones de manzano de sidra. Los lagareros coinciden en que su principal problema es la falta de materia prima de calidad, pero su actitud hacia el sector cosechero no parecía la más apropiada para poner fin a este problema.

El proceso de concertación, iniciado en 1989 entre cosecheros y lagareros con la mediación de la Consejería de Agricultura y Pesca, que ha permitido constituir la mesa interprofesional y establecer un precio mínimo de garantía, hay que considerarlo muy esperanzador aunque tenga aún que superar ciertas dificultades en su aplicación.

Como referencia convendría señalar que en las regiones francesas de Normandía y Bretaña, en el período 1975-85, se constituyeron la ANIEC (Asociación Nacional Interprofesional de la Economía Sidrícola) y la ARDEC (Asociación Regional para la Economía Sidrícola), ésta de ámbito en el territorio de la región de Normandía. La constitución de estos organismos ha permitido principalmente:'

- El establecimiento de acuerdos interprofesionales destinados a fijar un precio de garantía de la manzana de sidra.

- Posibilitar que todas las nuevas plantaciones se realicen bajo contrato + entre productores y lagareros o industriales. Estos acuerdos permiten, a los primeros, tener garantizada la salida comercial de su producto a un precio remunerador (2596 superior al precio de garantía) y, a los segundos, la seguridad de un suministro regular de una materia prima de calidad.

- Fijar, de común acuerdo entre productores de manzana y fabricantes, una tasa parafiscal de 0,50 Pts/Kg. aproximadamente, pagado a partes iguales por el productor y el fabricante. Los fondos recaudados por este concepto posibilitan
actuaciones de promoción del sector, como subvencionar nuevas plantaciones** o realizar campañas de apoyo a la comercialización de la sidra y otros productos derivados de la manzana.

Podría ser interesante que una vez dado el primer paso de constituir la mesa interprofesional y fijar el precio de garantía, además de consolidarlo, se avanzase en la dirección anteriormente indicada.

Por otra parte, son contados los lagareros que, ante la escasez de materia prima de calidad, hayan decidido iniciar plantaciones de manzanos de sidra para asegurarse un abastecimiento de calidad continuado. Este sistema que, en el argot económico, se conoce como integración vertical, parece otra posible solución al principal problema que tiene el sector transformador.

No cabe duda que la parte que, en materia de legislación, le corresponde a la Administración es muy importante. De cara a mejorar en ` el futuro la calidad de la sidra, debe existir una reglamentación clara sobre el tema y unos mecanismos de control que obliguen al cumplimiento efectivo de esa legislación.

Por último, los consumidores tienen que jugar un papel muy destacado en la mejora de la calidad de la sidra. En la situación actual, los lagareros no tienen incentivos claros para mejorar la calidad de la sidra, ya que pueden vender toda su producción al mismo precio. En última instancia, los consumidores son quienes determinan las características de un producto, ya que las empresas producen para ellos. Una mayor exigencia en cuanto a la calidad de la sidra por parte de los consumidores tiene que ser recogida necesariamente por el sector lagarero.

En resumen, si se logra el abastecimiento de manzana para uso industrial en la cantidad y calidad necesaria, se mejoran las condiciones técnicas de fabricación, lo cual es posible con la aplicación de la tecnología adecuada, y se acomete la necesaria diversificación de productos, se puede confiar en la consolidación de este sector agroalimentario.

* En la actualidad para llevar a cabo una plantación de manzano de sidra es obligatorio realizar un contrato con un fabricante o acreditar el destino de la manzana para fabricación propia al objeto de garantizar la salida comercial de la manzana.

En Asturias, la Consejería de Agricultura y Pesca subvenciona las plantaciones de manzano.

BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ PINILLA, A., Estudio Económico de los Lagares de Sidra en Asturias, Trabajo no publicado, 1986.

ÁLVAREZ PINILLA, A. y J.M. MÚGICA, Productos tradicionales en economías industrializadas: la sidra en Asturias, en Trabajos elaborados por autores españoles para el XIX Congreso Internacional de Economistas Agrarios, Banco de Crédito Agrícola, Madrid, 1985.

BREY, H., Situación y problemas de la explotación de la manzana y sus derivados en Asturias, Oviedo, 1975.

CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN, Censo de Exportadores y Cifras de Comercio Exterior, Años 1984 y 1985.

DAPENA, E., La economía Sidrícola, el cultivo del manzano y la fabricación de sidra en Francia. Memoria FICYT, 1986.

DAPENA, E. y M. COQUE, El manzano de sidra: un cultivo con posibilidades de futuro en Asturias. Orientaciones técnicas, Monográfica del Centro de Experimentación Agraria de Villaviciosa, 1987.

MANGAS, J.J. y E. DAPENA, La manzana asturiana, un recurso insuficientemente aprovechado, Sestaferia, 1988.

MANZANEQUE NORIEGA, M., "La sidra y su futuro", El Campo, 82, Julio-Agosto, 1981.

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN, Directorio de Industrias Agrarias, Año 1982.

REQUEJO, S., El sector de la sidra natural en Asturias, Documento interno, Consejería de Agricultura y Pesca, 1986.

SADEI, Canales y flujos de comercialización en Asturias, Principado de Asturias, 1985.

PRINCIPADO DE ASTURIAS
CONSEJERIA DE MEDIO RURAL
Y PESCA

Instituto de Experimentación y Promoción Agraria
Programa de Difusión y Transferencia de Tecnología Agraria
Aptdo. 13 – 33300 Villaviciosa – Asturias (España)
Telf. 985890066 – Fax: 985891854
Email: seridavilla@serida.org