

•
•
•
•
•
•
•

El sector de los cultivos subtropicales en Andalucía

Mayo 2015

Versión 1



OBSERVATORIO DE PRECIOS Y MERCADOS



Unión Europea

Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural



El sector de los subtropicales en Andalucía



Resumen

- En líneas generales, las frutas tropicales se cultivan en los países en vías de desarrollo ubicados en ambos hemisferios con clima tropical y subtropical, mientras que el comercio mundial de las importaciones tiene como principales destinos EEUU y la Unión Europea. En el caso del aguacate, Europa se sitúa en 2ª posición, importando el 38% del comercio mundial, siendo sus principales proveedores extracomunitarios Perú, Sudáfrica, Israel y Chile. En mango, Europa es el principal destino del comercio mundial (36%), y sus principales proveedores son Brasil y Perú.
- Andalucía es la única zona productora dentro del continente europeo que ha desarrollado la fruticultura tropical, gracias a la presencia de un clima mediterráneo subtropical en las costas de Granada y Málaga. Esta excepcionalidad, constituye la principal ventaja competitiva de los productos andaluces frente a las importaciones de terceros países, ya que la cercanía a los mercados les permite un mayor tiempo de maduración en árbol, obteniéndose frutos de mayor calidad. Aunque existe una amplia variedad de frutas tropicales, aguacate, chirimoya, mango y níspero son los frutos que adquieren mayor importancia por la superficie de cultivo que ocupan y el valor económico que producen.
- El aguacate es el cultivo más extendido con 9.400 hectáreas repartidas por toda Andalucía (6.400 corresponden a Málaga y 2.600 a Granada). Mantiene una producción en torno a 73.000 toneladas anuales. El chirimoyo es el segundo cultivo en extensión, con 3.100 hectáreas que se concentran básicamente en la Costa Tropical de Granada (92%). Su producción anual es de 50.000 toneladas. La superficie de mango, situada actualmente en aproximadamente 2.300 hectáreas (2.200 corresponden a Málaga), mantiene una tendencia creciente que se estima continuará en los próximos años. Por último, el níspero, con una superficie de 1.100 hectáreas, se prevé que continúe su tendencia negativa a favor de otros cultivos más rentables.
- La actual estructura productiva del sector de los subtropicales está caracterizada por su marcado carácter minifundista (45% de la superficie tiene menos de 5 hectáreas), que provoca problemas de rentabilidad de las mismas.
- El éxito de la comercialización en un mercado dominado por la gran distribución, depende en una parte importante del volumen y de la capacidad de suministro continuo en el tiempo. La ampliación de la actual estructura varietal del sector, concentrada en determinadas variedades, permitiría alargar los calendarios de producción y evitar problemas derivados de la concentración de la oferta.
- Europa es el principal mercado para la producción andaluza de aguacate, mango y níspero, mientras que la chirimoya se consume principalmente en el mercado nacional.



Andalucía exporta una media de 57.000 toneladas anuales de aguacate, siendo sus principales destinos Francia (43%), Países Bajos, Alemania y Reino Unido. Las exportaciones de mango se sitúan en torno a las 16.000 toneladas, manteniendo una tendencia creciente en la medida que entran en producción nuevas explotaciones. Sus principales destinos son Francia, Portugal, Alemania, Países Bajos y Reino Unido. Parte de estas exportaciones de ambos productos son reexpedidas por estos países junto a las importaciones extracomunitarias por el resto del continente europeo.

- En el sector subtropicales existe un elevado número de empresas en origen. Predominan las comercializadoras en origen con centro de manipulación propio, que se abastecen tanto de agricultores andaluces, de producción propia y, en su caso, de las importaciones. Las entidades asociativas, minoritarias en número, tienen mayor presencia en mango y aguacate; y se localizan principalmente en la provincia de Málaga. A pesar del elevado número de entidades, la mayor parte del volumen comercializado por el sector se concentra en apenas cuatro empresas.
- En un mercado con potencial de crecimiento favorable al consumo de frutas exóticas y con capacidad económica, el desarrollo del sector de los subtropicales dependerá en parte de su propia capacidad para afrontar importantes retos relacionados con su estructura productiva y comercial, la correcta identificación y diferenciación del producto; y en parte de decisiones en el ámbito de la Administración, destacando la gestión del agua de riego.



El sector de los subtropicales en Andalucía

Índice de Contenidos

Resumen	3
1. Introducción.....	5
1.1. Contexto global de las frutas tropicales.....	5
1.2. La producción mundial de frutas tropicales.....	6
1.2.1. Cultivo del aguacate.....	6
1.2.2. Cultivo del mango	7
1.3. El mercado mundial de las frutas tropicales.....	8
1.3.1. Aguacate	8
1.3.2. El mango	10
2. La producción andaluza de frutas tropicales.....	11
2.1. Contexto nacional.....	11
2.2. Superficie y producción en Andalucía	13
2.2.1. El aguacate	14
2.2.2. Chirimoyo	16
2.2.3. Mango	17
2.2.4. Níspero.....	18
2.3. Estructura productiva.....	19
2.4. Variedades. Calendario de producción	20
2.4.1. Aguacate	20
2.4.2. Chirimoya	21
2.4.3. Mango	22
2.4.4. Níspero.....	24
3. Mercado europeo de las frutas tropicales. Importación-Exportación	24
3.1.1. Mercado europeo de aguacate	26
3.1.2. Mercado europeo del mango	27
4. Comercialización en origen.....	29



4.1. Operadores en origen.....	29
4.2. La fijación del precio en origen.....	30
4.2.1. Evolución de los precios en origen	32
4.3. Canales de comercialización.....	38
4.3.1. Aguacate	39
4.3.2. Chirimoya	40
4.3.3. Mango	41
4.3.4. El níspero	42
5. Figuras de calidad.....	42
6. Debilidades y fortalezas	44
ANEXOS: 46	
Anexo 1. Evolución mensual de las exportaciones andaluzas de aguacate y mango	46
Anexo 2. Principales provincias exportadoras de aguacate y mango	47
Anexo 3. Consumo de aguacate en España.....	47
Anexo 4: Legislación básica sobre la OCM.....	48
BIBLIOGRAFIA:	51
AGRADECIMIENTOS.....	51



1. Introducción

El sector de subtropicales en Andalucía constituye un importante motor socio-económico para las zonas productoras de frutas tropicales, concentradas en el litoral de las provincias de Málaga y Granada. Aunque se cultivan una amplia gama de productos, cuatro de ellos, mango, aguacate, chirimoya y níspero, adquieren la mayor importancia, tanto por la superficie de cultivo que ocupan, como por el valor económico de su producción y serán analizados a lo largo del presente estudio. El resto de productos complementa la oferta comercial del sector y no serán abordados en este documento.

Las fuentes de información utilizadas se basan en fuentes oficiales correspondientes a distintos niveles de desagregación territorial como FAOSTAT, DATACOMEX, MAGRAMA y CAPDER. En este contexto se encuentran datos suficientes para el aguacate y mango, sin embargo, para el caso de la chirimoya y el níspero la información disponible presenta una gran deficiencia. Por otra parte, se han realizado entrevistas a diferentes actores del sector del ámbito asociativo y comercializador que han permitido dar un enfoque práctico al presente estudio.

El **objetivo** general del trabajo de “El sector de los subtropicales en Andalucía” se centra en alcanzar un conocimiento más profundo de la situación actual del sector de los subtropicales¹, para disponer de una herramienta estratégica que contribuya a orientar la toma de decisiones hacia las principales necesidades del sector.

Para poder alcanzarlo la CAPDER se marca una serie de objetivos específicos a perseguir:

- Evaluar la importancia de los subtropicales de Andalucía en el contexto nacional y mundial.
- Determinar los principales aspectos característicos de la producción andaluza, definidos por las variedades, el calendario de producción y la estructura de las explotaciones de los principales cultivos.
- Analizar el funcionamiento de la comercialización en origen, a través de la evolución de los precios en origen, la formación del precio, los canales de comercialización y la tipología de los operadores en origen.
- Estudiar la evolución de los flujos comerciales en el mercado europeo.
- Examinar las debilidades y fortalezas del sector de subtropicales andaluz.

1.1. Contexto global de las frutas tropicales

Las frutas tropicales se cultivan en numerosas regiones con climas tropicales y subtropicales de Asia y el Pacífico, América Latina y El Caribe y África. Las principales producciones corresponden, por orden de importancia, a mango, piña, aguacate y papaya. El resto de frutos se incluyen dentro del grupo de “otras frutas tropicales”, como el litchi, guayaba, chirimoya, fruta de la pasión, etc. Las estimaciones de la FAO para 2014 sobre la producción mundial de

¹ Centrado en los principales productos representados por el aguacate, el mango, la chirimoya y el níspero



frutas tropicales era de 82 millones de toneladas, de las que 78% corresponden a las principales frutas tropicales.

La diversidad de calendarios de producción entre las distintas zonas productoras del mundo, permite mantener un consumo continuo de estas frutas, cuyos principales destinos son los países desarrollados.

1.2. La producción mundial de frutas tropicales

1.2.1. Cultivo del aguacate

En el año 2013, la superficie mundial de aguacate comprendía más de 516.000 hectáreas. Con un crecimiento medio desde 2009 del 3,9% anual, mantienen una tendencia positiva en todo el período.

La producción mundial de aguacate ha mantenido, desde 2009, un crecimiento medio del 4,5% anual, superior al de la superficie cultivada. Las 4.717.102 toneladas producidas en 2013, suponen un incremento del 16% respecto a 2009.

Tabla 1 Evolución de la superficie y producción mundial del cultivo del aguacate.

Aguacate	2009	2010	2011	2012	2013
Superficie(ha)	442.475	460.632	472.731	488.190	516.485
Producción (t)	3.963.179	3.916.700	4.266.672	4.470.008	4.717.102

Fuente: FAOSTAT

Los principales países productores se localizan en América Latina y el Caribe: México, República Dominicana, Colombia, Perú y Chile, y suman más del 55% de la producción mundial. Asimismo destacan en menor medida otros países como Indonesia y EE.UU.

España, con 10.800 hectáreas, se sitúa en el puesto 12º y representa el 2,1% de la superficie mundial. En producción con 69.400 toneladas, representa el 1,5%. Sin embargo, su situación privilegiada como única zona productora del continente europeo, le otorga una ventaja competitiva frente al resto de países productores.



Tabla 2 Principales productores mundiales de aguacate en 2013.

Aguacate-2013	Superficie (ha)	Producción (t)	Superficie %	Producción %
México	144.244	1.467.837	27,9%	31,1%
Chile	36.355	164.750	7,0%	3,5%
Colombia	32.064	303.340	6,2%	6,4%
Estados Unidos	26.138	175.226	5,1%	3,7%
Perú	25.753	288.387	5,0%	6,1%
Indonesia	20.000	276.311	3,9%	5,9%
Rwanda	18.855	148.823	3,7%	3,2%
Camerún	17.516	75.989	3,4%	1,6%
Sudáfrica	16.446	89.999	3,2%	1,9%
China	16.200	112.000	3,1%	2,4%
Rep. Dominicana	12.922	387.546	2,5%	8,2%
España	10.800	69.400	2,1%	1,5%
Brasil	9.664	157.482	1,9%	3,3%
Otros	150.878	931.989	29,2%	19,8%
Total Mundo	516.485	4.717.102	100%	100%

Fuente: FAOSTAT

1.2.2. Cultivo del mango

El mango es el producto con mayor extensión mundial dentro de los cultivos tropicales. Con una media de crecimiento anual desde 2009 del 2,2%, en el año 2013 ocupaba una superficie de 5.441.000 hectáreas. El incremento porcentual de superficie en los últimos cinco años ha sido del 9%

La producción de mango ha crecido a un ritmo del 5,6% anual, superior al de la superficie cultivada, del 5,6% anual. En el año 2013 la producción fue de 43,3 millones de toneladas, un 19,4% superior a la producción de 2009.

Tabla 3 Evolución de la superficie y producción mundial del cultivo de mango.

Mango*	2009	2010	2011	2012	2013
Superficie (ha)	4.996.909	4.944.362	5.107.289	5.276.886	5.441.374
Producción (t)	34.883.597	37.139.456	39.259.441	41.068.890	43.300.070

Fuente: FAOSTAT

*Incluye datos de mango, mangostanes y guayabas

Los tres principales productores del mundo se localizan en el continente asiático. India, China y Tailandia cultivan casi el 62% de la superficie mundial. Destaca India con el 46% de superficie y una producción próxima al 42%.



Tabla 4 Principales productores mundiales de mango

Mango* 2013	Superficie (ha)	Producción (t)	Superficie (%)	Producción (%)
India	2.500.000	18.002.000	45,9%	41,6%
China	481.500	4.620.000	8,9%	10,7%
Tailandia	380.000	3.141.950	7,0%	7,3%
México	198.883	1.901.871	3,7%	4,4%
Filipinas	196.248	831.026	3,6%	1,9%
Indonesia	196.000	2.058.607	3,6%	4,8%
Pakistán	171.289	1.658.562	3,2%	3,8%
Nigeria	130.000	850.000	2,4%	2,0%
Bangladesh	124.000	950.000	2,3%	2,2%
Egipto	91.770	834.543	1,7%	1,9%
Otros	971.684	8.451.511	17,9%	19,5%
Total mundo	5.441.374	43.300.070	100%	100%

*Incluye datos de mango, mangostanes y guayabas

Fuente: FAOSTAT

1.3. El mercado mundial de las frutas tropicales

En líneas generales, los frutos tropicales se producen en los países en vías de desarrollo de ambos hemisferios, con clima tropical y subtropical, mientras que el comercio mundial de las importaciones corresponde ampliamente a los países desarrollados.

La FAO estima que la demanda seguirá creciendo en esta década, aunque de manera más moderada que hasta ahora. En todo caso, en un mercado globalizado cada vez más abastecido, la calidad y las garantías sanitarias y de seguridad alimentaria marcarán la preferencia de los países importadores.

A continuación se analizan brevemente los flujos de compra y venta de aguacate y mango en el mercado mundial. Esta información se ampliará más adelante en el apartado de Comercialización en origen, en el que se analiza el mercado europeo de los productos subtropicales de mayor interés comercial en Andalucía: características, importaciones y exportaciones.

1.3.1. Aguacate

México es el principal abastecedor mundial del mercado de aguacate. Con una cuota superior al 40%, sus principales clientes son EE.UU, Canadá y Japón.

La Unión Europea participa con casi el 23% del mercado mundial con producción procedente tanto de España, como única zona productora del continente europeo, como de terceros países que posteriormente redistribuye en los mercados intra y extracomunitario. Le siguen en importancia Chile y Perú con una cuota de mercado del 12% y el 10%, respectivamente.



Israel y España son los únicos países desarrollados, con producción propia y exportadores de frutas tropicales. En el continente africano, destaca Sudáfrica, importante proveedor del mercado europeo.

Tabla 5 Origen de las exportaciones mundiales de aguacate

Aguacates-2011	Volumen (t)	%
México	347.209	40,3%
Unión Europea	194.993	22,6%
Chile	102.820	11,9%
Perú	81.431	9,5%
Israel	35.744	4,2%
Sudáfrica	30.285	3,5%
República Dominicana	19.877	2,3%
Estados Unidos	17.919	2,1%
Otros	31.059	3,6%
Mundo	861.337	100%

Fuente: FAOSTAT

Más del 90% de las exportaciones tienen como destino los países desarrollados. Estados Unidos es el primer receptor de aguacate con el 44%. Su principal proveedor es México.

La Unión Europea, con una cuota del 38%, tiene entre sus principales proveedores extracomunitarios a Perú, Sudáfrica, Israel y Chile. El resto de países reciben porcentajes inferiores al 4% de las importaciones.

Tabla 6 Principales países importadores de aguacate a nivel mundial en 2011.

Aguacate-2011	Volumen (t)	%
Estados Unidos	415.416	43,7%
Unión Europea	358.589	37,7%
Japón	37.173	3,9%
Canadá	36.127	3,8%
Australia	14.695	1,5%
Costa Rica	9.958	1,1%
Federación de Rusia	9.474	1,0%
El Salvador	9.262	1,0%
Colombia	7.190	0,8%
Otros	53.689	5,5%
Mundo	951.573	100,00%

Fuente: FAOSTAT



1.3.2. El mango

El mercado del mango se encuentra más repartido entre diferentes países exportadores de todos los continentes. El principal exportador es México con una cuota de mercado del 20%, seguido de la India con el 16%.

Tabla 7 Origen de la exportación mundial de guayabas, mangos y mangostanes. 2011

Mangos, mangostanes y guayabas-2011	Volumen (t)	%
México	287.771	20,1%
India	229.192	16,0%
Unión Europea	168.819	11,8%
Tailandia	152.285	10,7%
Brasil	126.568	8,9%
Perú	123.863	8,7%
Pakistán	105.130	7,4%
Ecuador	49.066	3,4%
Yemen	35.727	2,5%
Otros	151.258	10,5
Mundo	1.429.679	100%

Fuente: FAOSTAT

La Unión Europea participa con una cuota próxima al 12% del mercado mundial. Europa se abastece principalmente de las importaciones procedentes de terceros países y en menor medida de producción española. Parte de este mango, es consumido por los propios países y el resto vuelve a ser reexportado, principalmente, entre sus estados miembros. Otros países exportadores, como Brasil y Perú con cuotas próximas al 9%, son los principales abastecedores del mercado europeo.

Los principales destinos del mango son la Unión Europea y Estados Unidos. Entre ambos absorben el 70% del mango comercializado a nivel mundial. De lejos siguen otros países como Arabia Saudí, Malasia, Emiratos Árabes, etc. con menos del 6% cada uno.

**Tabla 8** Principales países importadores de guayabas, mangos y mangostanes a nivel mundial

Mangos, mangostanes y guayabas 2011	Volumen (t)	%
Unión Europea	399.939	36,4%
Estados Unidos	367.594	33,5%
Arabia Saudita	63.497	5,8%
Malasia	50.960	4,6%
Emiratos Árabes Unidos	37.111	3,4%
China	26.207	2,4%
Singapur	20.920	1,9%
Omán	19.794	1,8%
Colombia	13.132	1,2%
Otros	98.853	9,0%
Mundo	1.098.007	100%

Fuente: FAOSTAT

2. La producción andaluza de frutas tropicales

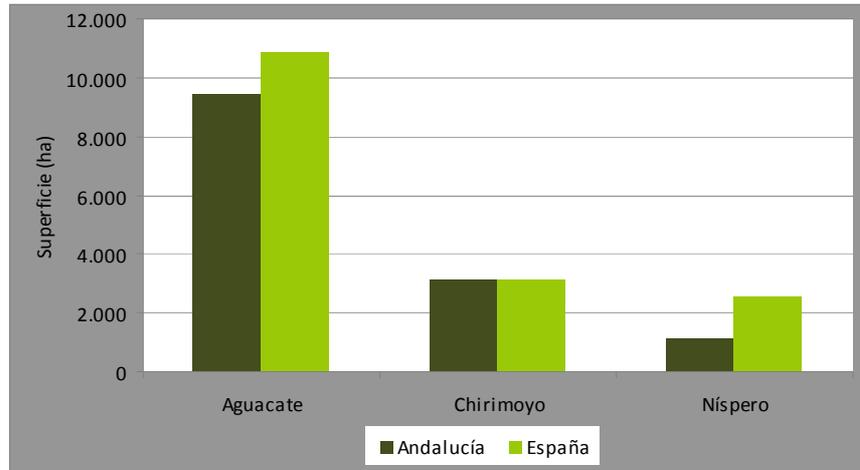
2.1. Contexto nacional

Según datos del MAGRAMA sobre superficie y producciones (año 2012), las frutas tropicales representan el 4,1% de la superficie de los cultivos frutales de España y un 2,2% de la producción total de frutas, sin incluir el plátano. La exigencia de un clima tropical para el desarrollo de estos frutos concentra su área de cultivo en las provincias de Málaga y Granada en Andalucía, y en Canarias. El sector subtropical en Andalucía supone un importante motor para el desarrollo socio-económico de estas comarcas, tanto por las rentas directas que genera como por los ingresos que reporta a la industria de bienes y servicios auxiliares; y por la generación de empleo.

Los principales cultivos comercializados en Andalucía son: aguacate, chirimoya, mango y níspero con diferentes localizaciones geográficas repartidas entre las provincias de Málaga y Granada en función de la idoneidad de la zona para cada cultivo. El presente epígrafe del informe intenta dar una visión sobre el posicionamiento del sector andaluz de subtropicales dentro del ámbito nacional. En el epígrafe siguiente se analiza la evolución y tendencia de la superficie y producción de cada uno de los productos y de sus variedades más comerciales.



Gráfico 1 Superficie cultivada en Andalucía y España de los cultivos tropicales (ha)². 2013



Fuente: MAGRAMA. Superficies y producciones anuales de cultivos

Andalucía, con 9.400 hectáreas, representa más del 87% de la superficie de **aguacate** cultivada en España. Le sigue en importancia la Comunidad Canaria con un 11%.

La producción andaluza, con una media por encima de las 69.000 toneladas anuales en los últimos 10 años, representa el 89% de la producción total española.

Tabla 9 Evolución de la superficie y producción de aguacate en España

Aguacate		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ANDALUCÍA	Sup.(ha)	8.933	9.100	8.950	9.115	9.083	8.982	9.349	9.368	9.402	9.437
	Prod. (t)	66.739	66.010	70.822	73.054	67.760	62.827	68.229	89.216	68.758	59.066
CANARIAS	Sup.(ha)	741	764	802	816	886	926	977	1.019	1.047	1.189
	Prod. (t)	9.073	8.634	8.613	8.633	5.346	8.355	6.567	8.278	6.435	8.981
OTRAS COMUNIDADES	Sup.(ha)	48	43	49	49	54	108	144	171	196	223
	Prod. (t)	485	350	389	429	479	749	859	1.041	1.144	1.157
ESPAÑA	Sup.(ha)	9.722	9.907	9.801	9.980	10.023	10.016	10.470	10.558	10.645	10.845
	Prod. (t)	76.297	74.994	79.824	82.116	73.585	71.931	75.655	98.535	76.337	69.427

Fuente: MAGRAMA. Superficies y producciones anuales de cultivos

En Andalucía, el **chirimoyo**, con más de 3.100 hectáreas de superficie y una producción en torno a las 50.000 toneladas, concentra prácticamente toda la chirimoya que se produce en España (99%) y en Europa.

Tabla 10 Evolución de la superficie y producción del chirimoyo en España

Chirimoyo		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ANDALUCÍA	Sup.(ha)	3.258	3.194	3.194	3.245	3.220	3.123	3.141	3.142	3.143	3.138
	Prod. (t)	22.393	22.234	28.879	29.486	51.088	38.503	49.954	49.999	50.154	42.746
OTRAS COMUNIDADES	Sup.(ha)	33	35	36	36	36	36	36	16	16	17
	Prod. (t)	308	217	145	185	266	268	285	151	130	152
ESPAÑA	Sup.(ha)	3.291	3.229	3.230	3.281	3.256	3.159	3.177	3.158	3.160	3.155
	Prod. (t)	22.710	22.451	29.025	29.671	51.356	38.775	50.241	50.150	50.285	42.898

Fuente: MAGRAMA. Superficies y producciones anuales de cultivos

² No existen datos de mango



En Andalucía, se cultivan 1.137 hectáreas de **níspero**, lo que supone un 44% de la superficie cultivada en España. La principal productora es la Comunidad Valenciana con cerca de un 51% de la superficie nacional. Las variedades cultivadas en ambas comunidades son diferentes: mientras que en la Comunidad de Valencia predomina la “Algerie”, en Andalucía predomina la variedad “Golden Nugget”. El resto de superficie es minoritaria y se reparte entre Extremadura y Galicia, entre otras.

La producción andaluza, con un promedio en los últimos 10 años de 11.500 toneladas, representa el 37% de toda la producción española.

Tabla 11 Evolución de la superficie y producción del níspero en España

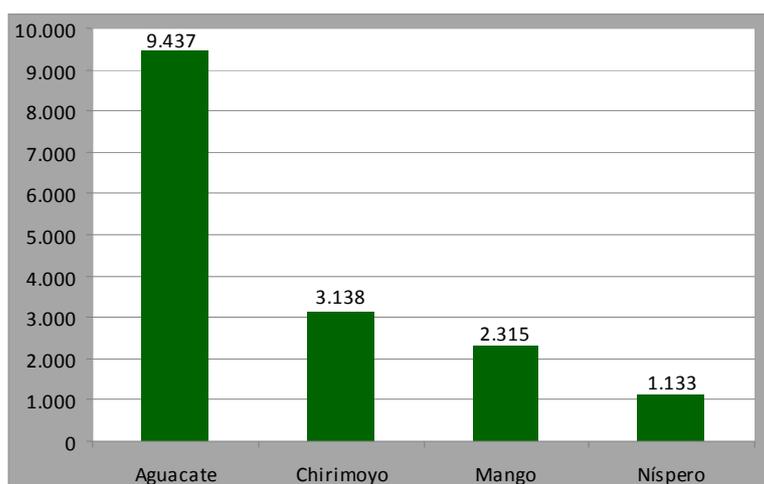
Níspero		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ANDALUCÍA	Sup.(ha)	1.250	1.141	1.158	1.251	1.261	1.170	1.353	1.133	1.143	1.137
	Prod. (t)	12.464	2.734	12.620	13.306	12.861	12.307	13.592	11.873	11.868	12.016
COMUNIDAD VALENCIANA	Sup.(ha)	1.676	1.659	1.619	1.555	1.517	1.403	1.353	1.345	1.351	1.300
	Prod. (t)	24.600	14.449	23.196	19.321	20.909	20.215	17.628	16.265	17.077	16.193
OTRAS COMUNIDADES	Sup.(ha)	75	76	50	76	74	97	110	116	118	132
	Prod. (t)	1.338	1.170	530	426	600	706	504	563	524	606
ESPAÑA	Sup.(ha)	3.009	2.889	2.836	2.897	2.861	2.679	2.825	2.619	2.724	2.569
	Prod. (t)	38.604	18.597	36.467	33.158	34.484	33.328	31.834	28.812	30.529	28.815

Fuente: MAGRAMA. Superficies y producciones anuales de cultivos

2.2. Superficie y producción en Andalucía

Actualmente, en Andalucía se cultiva una amplia variedad de frutas tropicales: aguacate, mango, chirimoya, níspero, litchi, papaya, kumquat, etc; aunque sólo las cuatro primeras adquieren verdadera importancia por la superficie de cultivo que ocupan y el valor económico de su producción. El resto de productos vienen complementando la oferta de frutas tropicales.

Gráfico 2 Superficie cultivada en Andalucía de los principales cultivos subtropicales (ha).



Fuente: Anuarios y avances de superficies y producción de la CAPDER. Datos correspondientes a 2013

El desarrollo de la fruticultura tropical ha sido posible gracias a la presencia de un clima mediterráneo subtropical, único en el continente europeo, del que gozan las costas de Granada y Málaga. Se caracteriza por mantener temperaturas medias muy suaves, en torno a los 20° durante todo el año y una elevada humedad.



Esta zona, localizada en una estrecha banda, de un ancho inferior a 12 kilómetros, que transcurre paralela a la costa, debe sus condiciones microclimáticas a la configuración de los valles intertropicales orientados en dirección Norte-Sur, así como a la protección del viento del Norte que le ofrece el sistema montañoso Penibético que bordea la costa de Este a Oeste.

Los cultivos se asientan, principalmente, en las laderas expuestas al sur más próximas a la costa; en las riberas y vegas de los ríos, torrentes costeros y en la estrecha franja costera.

2.2.1. El aguacate

En el año 2013, la superficie de **aguacate** en Andalucía se sitúa por encima de las 9.400 ha, lo que supone un incremento del 4% respecto al año 2007. Es el cultivo subtropical más extendido en Andalucía. Tiene presencia en todas las provincias, aunque con distribución muy desigual entre ellas.

Tabla 12 Evolución de la superficie de aguacate en Andalucía por provincias (ha)

Aguacate	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Málaga	6.079	6.091	5.981	6.361	6.384	6.423	6.458
Granada	2.685	2.617	2.638	2.624	2.605	2.606	2.606
Cádiz	273	297	296	296	309	310	348
Resto	78	78	67	68	70	63	22
Andalucía	9.115	9.083	8.982	9.349	9.368	9.402	9.437

Fuente: Anuarios y avances de superficies y producción de la CAPDER

Málaga, con más de 6.400 hectáreas, representa el 68,4% de la superficie cultivada en Andalucía. Su crecimiento ha sido constante (6% respecto a 2007), y la provincia que más hectáreas ha incrementado su superficie.

En cuanto al reparto por municipios: la mayor concentración tiene lugar en el municipio de Vélez-Málaga. Le siguen Benamocarra, Viñuela, Almáchar, Canillas de Aceituno, Torrox, Frigiliana, Nerja, Alhaurín El Grande, Alhaurín de la Torre, Coín y Estepona, todos con superficies entre 150 y 350 hectáreas (ver Figura 1. Superficie municipal de aguacate en Andalucía).

Actualmente, la expansión de la superficie de aguacate se orienta hacia zonas menos tradicionales y más propicias para este cultivo que para el mango, como valle del Guadalhorce y la Costa del Sol occidental en Málaga. Por el contrario, en la Comarca de la Axarquía se está produciendo el arranque de antiguas plantaciones de aguacate que se sustituyen por mango³.

Granada, cuenta con una superficie de 2.600 hectáreas, representa el 27,6% de la superficie andaluza. Los principales municipios son Almuñécar y Motril con más de 350 hectáreas cada uno. Le siguen Salobreña, Ítrabo, Molvízar y Guajares, aunque hay presencia en todas las localidades costeras situadas entre Motril y Málaga.

Actualmente, en las vegas de Almuñécar y Motril se sustituye níspero por otros cultivos tropicales más rentables como el aguacate⁴.

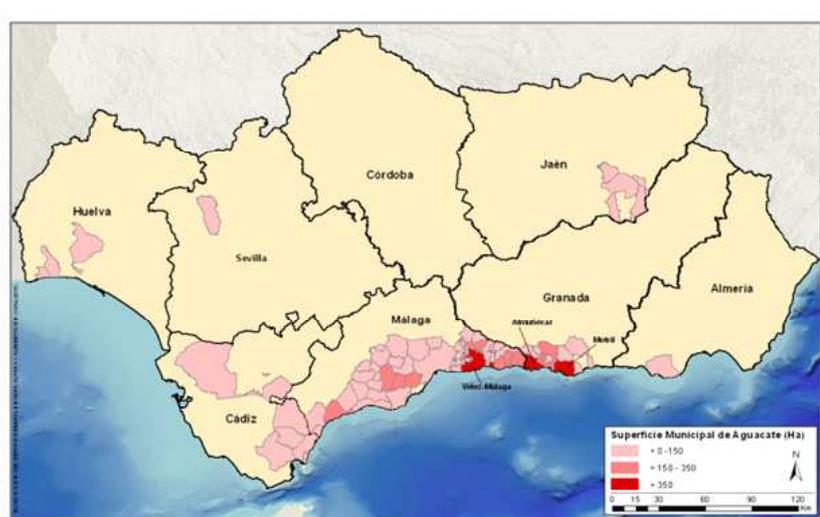
En el resto de provincias, Almería, Huelva, Cádiz, Jaén y Sevilla aparecen núcleos aislados, que suman en conjunto un 4% de la superficie total cultivada en Andalucía. En Cádiz, en la

³ Fuente: Asociación Nacional de Tropicales.

⁴ Fuente: DOP de la Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga

zona del Campo de Gibraltar, se están sustituyendo cultivos cítricos por plantaciones de aguacate.

Figura 1 Superficie municipal de aguacate en Andalucía



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de superficie municipales (1-T municipal) del Servicio de Estudios y Estadísticas. CAPDER

El aguacate mantiene una producción media de 72.960 toneladas, aunque se producen diferencias significativas entre campañas en las que intervienen múltiples factores: la acentuada vejería del árbol, las incidencias meteorológicas y fitosanitarias y el progresivo envejecimiento de las plantaciones.

Tabla 13 Evolución de las producciones de aguacate por provincias (t)

Aguacate	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Málaga	45.683	42.183	40.556	64.001	62.985	43.598	40.407
Granada	25.001	23.396	19.998	23.506	23.733	23.550	17.088
Cádiz	2.050	1.820	1.924	2.235	2.235	1.365	1.450
Resto	320	361	349	297	263	245	121
Andalucía	73.054	67.760	62.827	90.039	89.216	68.758	59.066

Fuente: Anuarios y Avances de Superficies y Producción de la CAPDER.

En los años 2010 y 2011, las condiciones meteorológicas favorecieron la producción y calidad del fruto, mientras que en el año 2013 se registraba el volumen de producción más bajo de la serie. Las elevadas temperaturas durante la época de cuaje del fruto incidieron de forma muy negativa tanto en el número como en el calibre de los frutos.

Los rendimientos según las zonas registran unos rangos entre 6,26 y 10,06 t/ha en Málaga, y 6,56 y 9,31 t/ha en Granada.

Tabla 14 Evolución de los rendimientos de aguacate en las principales provincias (t/ha)

Aguacate	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Granada	9,31	8,94	7,58	8,96	9,11	9,04	6,56
Málaga	7,51	6,93	6,78	10,06	9,87	6,79	6,26
Andalucía	8,01	7,46	6,99	9,63	9,52	7,31	6,26

Fuente: Anuarios y Avances de Superficies y Producción de la CAPDER.



2.2.2. Chirimoyo

El chirimoyo cuenta con 3.100 hectáreas que se concentran básicamente en la Costa Tropical de Granada, con el 92% de la superficie. Málaga es la siguiente provincia en extensión con 212 hectáreas (7%).

Aunque la superficie se mantiene muy constante a nivel global, las tendencias son diferentes según la provincia: Málaga ha perdido superficie por trasvase a otros cultivos subtropicales más rentables, en Granada se aprecia un ligero incremento procedente de otros cultivos no tropicales⁵.

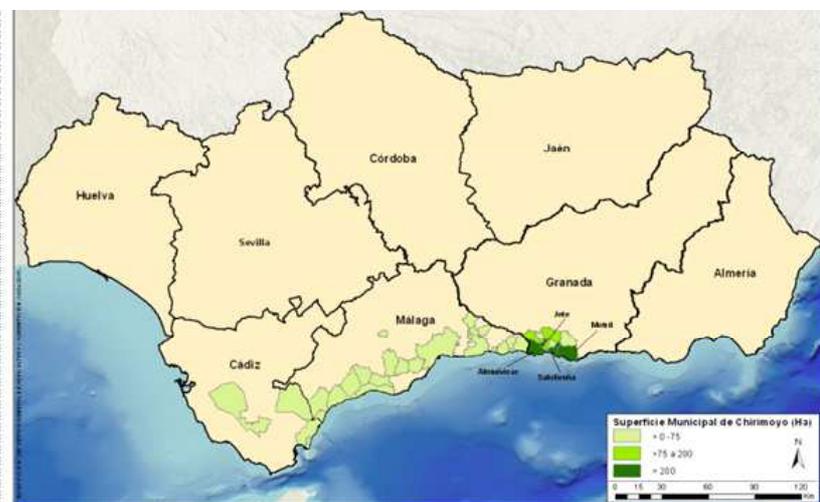
Tabla 15 Evolución de la superficie de chirimoya en Andalucía por provincias (ha)

Chirimoyo	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Cádiz	24	30	30	30	31	31	31
Granada	2.900	2.903	2.893	2.900	2.900	2.900	2.895
Málaga	321	287	200	211	211	212	212
Andalucía	3.245	3.220	3.123	3.141	3.142	3.143	3.138

Fuente: Anuarios y Avances de Superficies y Producción de la CAPDER.

Los municipios con más de 200 hectáreas de chirimoyo son Almuñécar, Salobreña, Motril y Jete, a los que siguen otros municipios como Vélez de Benaudalla, Los Guájares, Ítrabo, Molvízar, Lentejé y Otivar. En Málaga el chirimoyo se dispersa entre numerosos municipios, que presentan pequeñas superficies.

Figura 2 Superficie municipal de chirimoya en Andalucía



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de superficie municipales (1-T municipal) del Servicio de Estudios y Estadísticas. CAPDER

La producción de chirimoya registra valores de producción anuales entre 38.500 y 50.000 toneladas, aunque los volúmenes más frecuentes están en torno a 50.000 toneladas.

El rendimiento oscila entre 12,3 y 16,0 t/ha en el período analizado, encontrándose el más frecuente en torno a 15,9 t/ha. En ambas magnitudes destacan las bajas cifras registradas en

⁵ Fuente: DOP de la Chirimoya de la Costra Tropical de Granada-Málaga



2013. Durante ese año, la fuerte granizada caída a finales de agosto en la Costa de Granada afectó muy negativamente, tanto a los volúmenes producidos, como a la calidad de la fruta.

Tabla 16 Evolución de la producción de chirimoyo en Andalucía (ha).

Chirimoyo	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Granada	46.449	35.000	46.401	46.401	46.368	39.083
Málaga	4.554	3.383	3.434	3.519	3.726	3.623
Andalucía	51.088	38.503	49.955	50.000	50.154	42.745

Fuente: Anuarios y Avances de Superficies y Producción de la CAPDER.

Tabla 17 Evolución de los rendimientos de chirimoyo en Andalucía (t/ha).

Chirimoyo	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Granada	16,00	12,10	16,00	16,00	15,99	13,50
Málaga	15,87	16,92	16,27	16,68	17,57	17,09
Andalucía	15,87	12,33	15,90	15,91	15,96	13,62

Fuente: Anuarios y Avances de Superficies y Producción de la CAPDER.

2.2.3. Mango

La superficie de mango ha registrado un incremento del 36% desde el año 2010 a 2013, estando actualmente en torno a 2.300 hectáreas. De éstas, el 95% corresponden a la provincia de Málaga (2.200 hectáreas) y el 5% restante a Granada.

Tabla 18 Evolución de la superficie de mango en Andalucía (ha)

Mango	2010	2011	2012	2013
Andalucía	1.700	1.882	1.902	2.315

Fuente: Servicio de Estudio y Estadística. CAPDER

Se prevé que el comportamiento creciente del mango continúe en los próximos años. El incremento de superficie se está produciendo tanto del trasvase de cultivos hortícolas como de otras frutas tropicales. En ambas provincias, se sustituyen cultivares menos rentables como níspero y chirimoya por mango. En la Axarquía, asimismo, se observa que plantaciones antiguas de aguacate con problemas de rendimiento y enfermedades son sustituidas por mango.

La entrada en producción de nuevas fincas ha incrementado de forma paralela los volúmenes de fruta producidos a lo largo de los últimos años. Destaca el fuerte descenso de volumen del año 2013 (55% respecto a 2012) motivado por los fuertes vientos y las intensas lluvias registradas durante el invierno que afectaron a la floración y el cuaje de la fruta, reduciendo la capacidad productora del árbol durante toda la campaña.

Tabla 19 Evolución de la producción de mango en Andalucía (t)

Mango	2010	2011	2012	2013
Andalucía	18.700	20.702	20.988	9.485

Fuente: Servicio de Estudio y Estadística. CAPDER



2.2.4. Níspero

El ámbito geográfico del cultivo del níspero se centra fundamentalmente en la provincia de Granada con un 71,7%, seguido de Málaga con un 24,2%. El resto de superficie se reparte entre las provincias de Almería, Cádiz, Córdoba y Sevilla con un 4,1%.

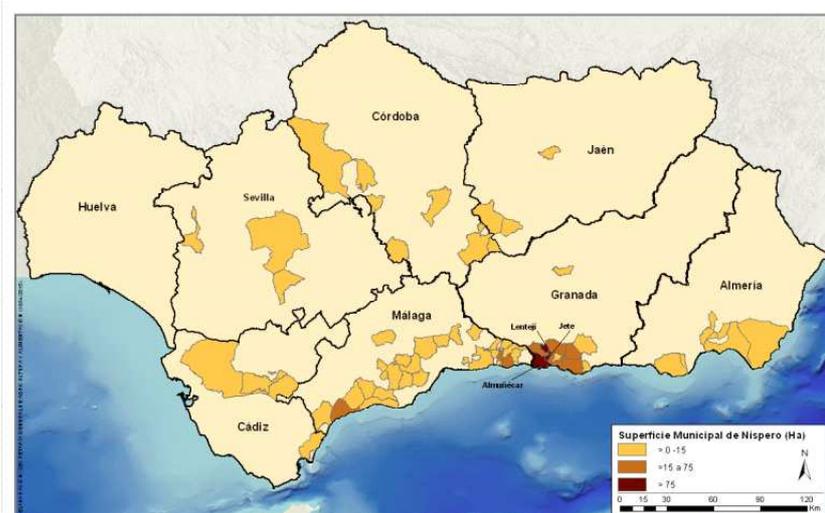
Tabla 20 Evolución de la superficie de níspero en Andalucía por provincias (ha)

Níspero	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Granada	797	812	811	812	811	814	815
Málaga	392	378	288	508	277	282	275
Resto	61	71	71	53	43	44	44
Andalucía	1.251	1.261	1.170	1.373	1.133	1.133	1.133

Fuente: Anuarios y avances de superficies y producción. CAPDER

En la Costa de Granada, los municipios con más de 75 hectáreas son Almuñécar, Lentejé y Jete, aunque prácticamente todos se sitúan en el tramo >15 y < 75 hectáreas. En Málaga destacan los municipios de Sayalonga, Torrox y Estepona.

Figura 3 Superficie municipal de níspero en Andalucía



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de superficie municipales (1-T municipal) del Servicio de Estudios y Estadísticas. CAPDER

Se prevé que la superficie de níspero siga disminuyendo. El elevado coste de producción, sobre todo en mano de obra, está provocando que los agricultores opten por cultivos más rentables. En la Costa de Granada se están arrancando los cultivos de la vega de Granada y Motril, concentrándose prácticamente toda la producción en las explotaciones familiares de Jete, Otivar y Lentejé, donde el cultivo del níspero supone una renta muy importante para el desarrollo de estos municipios.

En la provincia de Málaga, se prevé que siga disminuyendo el cultivo de níspero por otros cultivos como mango y aguacate.

La producción andaluza mantiene un promedio de 12.500 t por campaña, con producciones que han ido disminuyendo en el período en más de 1.300 toneladas. Granada supuso el 81,5% de la producción de níspero andaluz en 2013.

Los rendimientos medios han tenido una horquilla entre 10,0 y 10,6 t/ha.

**Tabla 21** Evolución de la producción de níspero en Andalucía por provincias

Níspero	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Granada	9.000	9.546	9.728	9.728	9.717	9.717	9.789
Málaga	3.890	2.813	2.038	3.604	1.950	1.932	1.996
Resto	411	498	538	380	193	195	213
Andalucía	13.306	12.860	12.307	13.712	11.872	11.843	12.015

Fuente: Anuarios y avances de superficies y producción. CAPDER

Tabla 22 Evolución de los rendimientos de níspero en Andalucía por provincias

Níspero	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Granada	11,29	11,76	11,99	11,98	11,98	11,94	12,01
Málaga	9,92	7,44	7,08	7,09	7,04	6,85	7,26
Andalucía	10,64	10,20	10,52	9,99	10,48	10,39	10,57

Fuente: Anuarios y avances de superficies y producción. CAPDER

2.3. Estructura productiva

Los resultados de la encuesta sobre estructura de las explotaciones agrícolas del año 2007 del INE⁶ pone de manifiesto el acentuado minifundismo de las explotaciones. Más del 45% de la superficie del total de cultivos tropicales se dispersa entre explotaciones de menos de 5 hectáreas, lo que se acentúa en el cultivo del chirimoyo con un 53%.

Por contra, existen explotaciones con más de 100 hectáreas en todos los cultivos. Destacan otros productos subtropicales⁷ y el chirimoyo, donde se encuentra el mayor número de explotaciones pequeñas, pero también las mayores.

En el tramo de explotaciones de tamaño entre 5 y 20 hectáreas, el aguacate y el chirimoyo presentan una superficie próxima al 29%.

En el apartado Otros cultivos de clima tropical, en el que se encuadra el mango entre otros, destaca el % de explotaciones de 30 a 50 hectáreas, por encima del 27%.

Tabla 23 Distribución de las explotaciones según estratos de tamaño por superficie y número en Andalucía (2007).

Tamaño (ha)	Aguacate		Chirimoyo		Otros de clima subtropical*		Total cultivos originarios de clima subtropical	
	Nº Explot	Sup %	Nº Explot	Sup %	Nº Explot	Sup %	Nº Explot	Sup %
< 1	2.568	8,8%	1.423	18,7%	405	7,0%	3.304	10,4%
1 a < 2	1.645	11,0%	359	9,1%	253	8,8%	1.824	10,3%
2 a < 5	1.556	26,7%	388	24,7%	280	15,2%	1.695	24,9%
5 a < 10	511	18,2%	71	13,1%	163	16,8%	577	17,1%
10 a < 20	133	11,0%	60	16,5%	67	7,0%	155	11,6%
20 a < 30	70	8,2%	16	3,9%	17	7,3%	75	7,3%
30 a < 50	124	9,4%	4	3,0%	31	27,2%	145	10,2%
50 a < 100	24	3,8%	10	3,7%	11	2,0%	27	3,6%
>=100	10	3,0%	15	7,2%	4	8,7%	27	4,6%
Total	6.641	100%	2.346	100%	1.231	100%	7.829	100%

Fuente: Encuesta sobre la estructura de las explotaciones agrícolas. Año 2007. INE

⁶ Últimos datos disponibles desglosados según cultivo.⁷ Incluye el cultivo de kiwi, platanera y mango entre otros.



Por tanto, el sector productivo subtropical es un sector atomizado en su estructura productiva, con un carácter predominantemente familiar de las explotaciones de menor dimensión. A veces estas plantaciones no constituyen la renta económica principal del titular, por lo que pueden tener carencias en el ámbito de la gestión y tratamiento de los cultivos. Por otra parte, la atomización impide la gestión de economías a escala que mejoren la rentabilidad de los cultivos.

En la provincia de Granada, cobra importancia el arrendamiento de fincas entre agricultores. Suele coincidir con un perfil de pequeña explotación, con titulares de avanzada edad y/o explotaciones en las que no representa la actividad principal del titular. No existen datos oficiales sobre la superficie arrendada, aunque según fuentes de la DOP de la Chirimoya de la Costa Tropical de Granada y Málaga puede representar entre el 20-30% en el chirimoyo y el 10% de níspero, aguacate y mango. La agrupación de fincas, incrementando la superficie bajo una misma gestión empresarial, permite paliar, en parte, las repercusiones negativas mencionadas sobre el minifundismo.

Por otra parte, como consecuencia de la situación económica derivada de la crisis, se viene produciendo la entrada de una nueva generación de agricultores que se están encargando de la gestión de la finca familiar, sobre todo en los cultivos más rentables, como mango y aguacate. Muchos proceden de otros sectores industriales y contemplan la agricultura como una opción a largo plazo, lo que está repercutiendo positivamente en la modernización de las explotaciones y en la gestión empresarial.

2.4. Variedades. Calendario de producción

2.4.1. Aguacate

Entre las variedades cultivadas en Andalucía destacan por su nivel de implantación las siguientes:

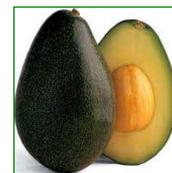
HASS. Es la variedad más comercializada tanto en Andalucía como en el resto del mundo. Se caracteriza por su piel dura y rugosa, fácil de pelar. Al principio es verde, pero se vuelve de color oscuro cuando el fruto se encuentra maduro. Su pulpa es amarilla y su sabor avellanado. Aunque es un fruto pequeño su proporción de pulpa es mayor.



FUERTE. Fruto con forma de pera alargada y muy sabrosa. Su piel es de color verde claro, fina, sin brillo, y áspera. Tiene un tamaño mediano y un peso medio de 250 gramos. Resulta fácil de pelar.



BACON. De forma ovalada y color verde brillante. Su piel es lisa, tersa y blanda. Su hueso es grande. Se trata de la variedad más temprana en Málaga y Granada, comenzando en el mes de octubre.



OTRAS VARIEDADES: La existencia de otras variedades cultivadas en Andalucía, como Pinkerton, Reed, Gween, Zutano, etc, aunque no tan extendidas como las anteriores, juegan un importante papel al complementar la oferta varietal y garantizar la oferta del fruto a lo largo de prácticamente todo el año. Resulta de interés comercial estratégico el



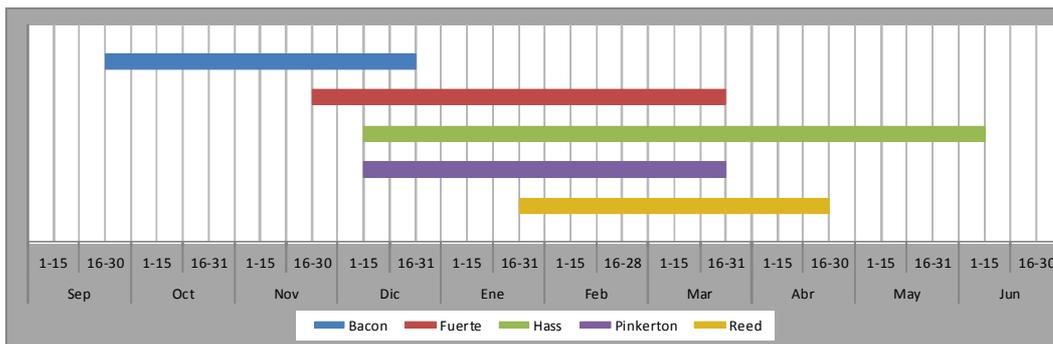
aguacate tipo Cocktail, con frutos sin hueso de la variedad Fuerte, que se comercializa en un volumen poco representativo, pero adquiere un importante valor económico.

En cuanto a la evolución de las variedades producidas en Andalucía, actualmente, las variedades lisas como Fuerte y Bacon, disminuyen su superficie mientras que aumenta la de la variedad Hass. El corto periodo de maduración y la delgadez de su piel, muy sensible a las rozaduras, han hecho descender la demanda de las variedades lisas en el mercado. Incluso países que tradicionalmente demandaban estas variedades, como Portugal y Alemania, están cambiando sus preferencias por el Hass.

En líneas generales, la gran distribución prefiere la variedad Hass. La mayor disponibilidad en términos de volumen de esta variedad, así como sus características físicas permiten estandarizar las presentaciones al consumidor. Su piel dura y rugosa las hacen más resistente a los golpes y rozaduras, lo que facilita su manipulado y transporte en toda la cadena de comercialización. Por otra parte, el consumidor aprecia su mayor calidad, la facilidad de pelado y el giro a negro cuando alcanza su punto óptimo de maduración.

Otras variedades como Pinkerton y Reed se mantienen estables. Mientras surgen nuevas iniciativas como el Hass Maluma.

Figura 4 Calendario de producción de las principales variedades de aguacate en Andalucía.



Fuente: Elaboración propia a partir de consultas al sector

2.4.2. Chirimoya

Las variedades de Chirimoya cultivadas en la costa de Granada proceden de variedades autóctonas, de las cuales Fino de Jete representa el 95% de la superficie cultivada y la variedad Campas el 5% restante.

FINO DE JETE: Procede de una selección clonal realizada por los agricultores del Valle del Río Verde (Granada) a partir de las plantas que abundaban en la zona teniendo en cuenta la calidad del producto y aspectos morfológicos como su piel lisa. Los frutos son de color verde pálido en el momento óptimo de recolección; y su pulpa es cremosa y ligera de color blanco opaco. Los frutos pesan una media de 250 gramos y contienen una gran cantidad de azúcares. Sus semillas están encamisadas, encerradas en cada carpelo.



CAMPAS: Es otra selección local de la Costa de Granada que procede de un único árbol. Es menos dulce que el Fino de Jete y muy grande. Su peso está entre los 500 y 1000 gramos.

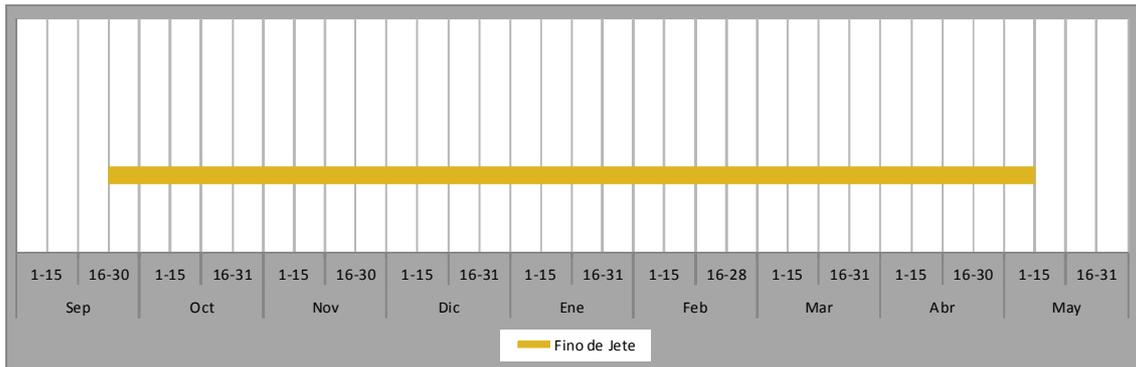
El Instituto de Hortofruticultura Subtropical y Mediterránea La Mayora de Algarrobo (Málaga), ha obtenido una nueva variedad de chirimoya, denominada Alborán, que se caracteriza por la



ausencia casi total de pepitas en la pulpa de la fruta, mayores grados Brix y más sabor, que además puede prolongar su cultivo hasta junio. Se estima que los primeros plantones se facilitarán durante el año 2015, por lo que habrá que esperar unos años para iniciar su comercialización.

La producción de chirimoya se inicia en septiembre y se extiende hasta el mes de mayo, gracias a la práctica de una segunda poda sobre el árbol. La máxima concentración de la producción tiene lugar en los meses de octubre y noviembre.

Figura 5 Calendario de producción de la chirimoya Fino de Jete en Andalucía



Fuente: Elaboración propia a partir de consultas al sector

2.4.3. Mango

Las variedades cultivadas son mayoritariamente de piel de color rojo en su madurez, abarcando en mayor o menor medida desde los tonos anaranjados hasta los morados. La variedad predominante en la actualidad es Osteen que ocupa más de dos terceras partes de la superficie plantada. Le siguen por importancia las variedades Keitt y Kent. Existen otras variedades minoritarias como Tommy Atkins, que va perdiendo superficie por falta de interés comercial; Sensation, Palmer e Irwin, de introducción reciente; y otras como Ataulfo, Manzanillo, Maya, etc apenas presentes. Se diferencian por el color, el sabor, la textura o el tamaño, entre otras cosas.

A continuación se describen las más importantes⁸:

OSTEEN El peso medio de la fruta es de 350 a 550 gramos, de forma oblongo-alargada. La coloración de la piel es rojo púrpura en su madurez, aunque puede presentar zonas de color naranja, amarillo o verde, pulpa de color naranja y semilla pequeña y alargada. La pulpa tiene poca fibra y es de excelente calidad, con buen sabor y olor, la piel es gruesa y bien adaptada al transporte. Se recolecta desde septiembre hasta finales de octubre.



KEITT: La coloración de la piel presenta un fondo verde con chapa parcial de color rosáceo-rojizo en su madurez, pulpa de color amarillo-anaranjada y semilla pequeña. Su forma es ovoide-oblonga, tiene una piel gruesa, muy bien adaptada al transporte, la pulpa no tiene prácticamente fibras, es jugosa y firme, con un sabor ácido y



⁸ Fuente: Asociación Española de Frutas Tropicales



refrescante. Su recolección es tardía, desde mediados de octubre hasta principios de diciembre. El peso medio de la fruta es de 500 a 600 gramos.

KENT: El peso medio de la fruta es de 470 a 570 gramos, de forma ovoide-redondeada. La coloración de la piel presenta un fondo amarillo con chapa parcial de color rojo, pulpa de color amarillo-anaranjada y semilla pequeña. Variedad de media temporada, desde mediados de septiembre hasta mediados de noviembre.



TOMMY ATKINS: El peso medio de la fruta es de 450 a 550 gramos, de forma oblongo-ovalada. El color de la piel es rojo intenso en su maduración con pulpa de color naranja y semilla pequeña. Tiene una piel gruesa, muy bien adaptada al transporte, pero la pulpa es fibrosa y en general mediocre. Es una variedad de recolección temprana, desde principios de agosto hasta finales de septiembre.

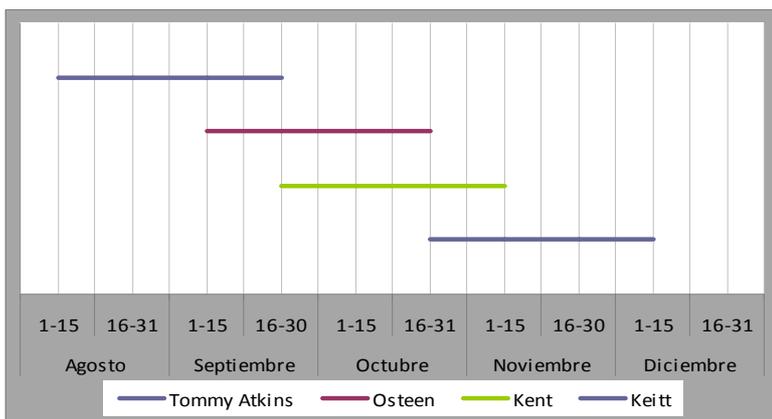


A pesar del amplio abanico varietal, el 75% de la superficie está ocupada por Osteen, el 15% por la variedad Keitt y 5% por la variedad Kent⁹.

La fuerte presencia de la variedad Osteen provoca una concentración de la producción en un corto período de tiempo, comprendido entre septiembre y octubre, lo que origina problemas de comercialización y logística. La ampliación hacia las variedades más tardías implicaría un alargamiento de la campaña y una mayor garantía de abastecimiento estable al mercado. Actualmente, cuando se inicia la campaña de Navidad, el mango se encuentra terminando su producción, por lo que incrementar la presencia del mango español durante el mes de diciembre repercutiría positivamente en la mantenimiento de la demanda y los precios del fruto.

Actualmente, según datos de la Asociación Española de Frutas Tropicales, en Málaga cerca del 70% de los nuevos cultivos de mango siguen optando por la variedad Osteen, y cerca del 30% por la variedad Keitt, cuya producción se alarga hasta la primera quincena de diciembre. En Granada¹⁰, los nuevos cultivos son preferentemente de las variedades Keitt y Palmer, ambas se encuentran entre las más tardías.

Figura 6 Calendario de producción de las principales variedades de mango en Andalucía.



Fuente: Elaboración propia a partir de consultas al sector

⁹ Fuente: La fruticultura en España del siglo XXI. Cajamar. 2014

¹⁰ Fuente: DOP de la Chirimoya de la Costa Tropical de Granada y Málaga.



2.4.4. Níspero

El níspero cultivado en Málaga y Granada pertenece a la variedad de níspero japonés, Golden Nugget. Existen otras variedades que se comercializan muy minoritariamente como Algerie, Magdal, Tanaka, etc.

GOLDEN NUGGET. Fruto grande, redondeado con semillas de gran tamaño que ocupan gran parte del mismo. La piel y la pulpa son de color naranja intenso. Es fácil de pelar y su sabor es intenso.



Figura 7 Calendario de producción del níspero Golden Nugget en Andalucía



Fuente: Elaboración propia a partir de consultas al sector

3. Mercado europeo de las frutas tropicales. Importación-Exportación

La Unión Europea, junto a Estados Unidos, es uno de los principales destinos de las frutas tropicales que se comercializan en el mundo. En aguacate y mango, Europa se abastece principalmente de las importaciones que se realizan desde diferentes países del mundo. En función de la época del año, sus principales proveedores son Perú, Chile, Brasil, Sudáfrica e Israel.

En Europa, Países Bajos, Alemania, Francia, Reino Unido y España son los principales destinos de las importaciones extracomunitarias. Parte de éstas, vuelven a ser reexpedidas por el país importador, hacia el resto de Estados miembros, estableciéndose un complejo entramado de intercambios intracomunitarios. Destaca el papel de Holanda como centro de reexpedición hacia el resto de Europa. Recibe más del 30% de las importaciones europeas en ambos productos.

Andalucía abastece a Europa de aguacate y mango, principalmente. La chirimoya tiene un consumo mayoritario en el mercado nacional; y el níspero se exporta en un porcentaje importante, pero con volúmenes inferiores y en un corto periodo de tiempo, debido a las características propias de su producción. Sus principales mercados son Francia, Alemania, Países Bajos, Reino Unido, Portugal e Italia con diferente importancia según el producto.



Tabla 24 Distribución de las frutas tropicales andaluzas según mercados

	Mercado nacional	Mercado exportación
Aguacate	30-40%	60-70%
Chirimoya	80-90%	10-20%
Mango	25-35%	65-75%
Níspero	30-40%	60-70%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos suministrados por el sector comercializador

El flujo de las importaciones es permanente a lo largo de todo el año. La entrada a Europa se realiza principalmente por vía marítima y aérea. En aguacate predomina la primera por una cuestión de costes y volumen, mientras que la vía aérea es más utilizada en frutas de alto valor y menor vida útil, como el mango. Los principales países importadores son Países Bajos, Reino Unido, Francia y España. A partir de aquí, una compleja y desarrollada infraestructura logística acerca la fruta hasta el consumidor final en todo el territorio europeo. El largo recorrido que realizan las frutas importadas desde su zona de producción hasta el punto de consumo, obliga a la recolección en un punto de madurez anticipada respecto a la producción de las frutas andaluzas.

La excepcionalidad de Andalucía como única zona productora de frutos tropicales en el continente, junto a Canarias, establece la principal ventaja competitiva frente a las importaciones de terceros países. La cercanía a los puntos de distribución permite un mayor tiempo de maduración de la fruta en árbol, obteniéndose frutos de mayor calidad organoléptica y nutricional.

Europa es un mercado de gran potencial para las frutas tropicales:

- Sus ciudadanos, con una elevada renta per cápita, están dispuestos a pagar altos precios por frutas exóticas que llegan a los puntos de venta con numerosos costes de distribución y envasado.
- Existe una creciente preocupación por una vida sana y una buena alimentación, que favorece el crecimiento del consumo de frutas y verduras frescas.
- Mantienen una mentalidad abierta para compartir las frutas tradicionales con otras más exóticas, que van incluyendo en su dieta de manera cotidiana, incrementando la demanda fuera de los calendarios de Navidad y otras fiestas.

El mercado europeo es también un mercado muy exigente que demanda frutas frescas e inocuas, que valora la normalización y presentación de producto, así como el uso de envases y prácticas respetuosas con el medio ambiente.

A continuación se analiza de manera independiente el mercado europeo de los principales productos tropicales



3.1.1. Mercado europeo de aguacate

El mercado europeo junto a Estados Unidos son los principales destinos del aguacate comercializado en el mundo. Juntos suman más del 75%, correspondiendo a la Unión Europea el 38%.

Durante 2014, Países Bajos y Francia fueron los principales importadores de aguacate en la Unión Europea, con el 31 y 23% respectivamente. Les siguen España y Reino Unido con volúmenes en torno al 10%.

Tabla 25 Principales países europeos importadores de aguacate

Aguacate	Volumen(t)			
	2011	2012	2013	2014
Países Bajos	104.936	120.322	143.604	165.958
Francia	88.261	94.500	100.045	119.127
España	29.848	34.061	41.049	52.728
Reino Unido	34.865	38.096	41.384	51.552
Alemania	29.267	28.999	31.433	37.268
Suecia	16.563	18.796	19.656	19.371
Dinamarca	10.308	11.756	10.188	10.985
Bélgica	6.004	12.349	14.370	16.601
Resto Países	38.684	31.298	40.960	53.275
Unión Europea	358.737	390.175	442.689	526.865

Fuente: DATACOMEX

Parte de este aguacate es consumido directamente en estos países, y el resto vuelve a ser distribuido hacia otros destinos europeos a través de un desarrollado sistema de relaciones comerciales intracomunitarias, en el que el aguacate andaluz compite con el procedente de terceros países.

Países Bajos, España y Reino Unido son la principal entrada de productos procedentes de terceros países. Se abastecen principalmente de Perú, Sudáfrica, Chile e Israel. España, con una media de 35.000 toneladas, importó principalmente de Perú (67%) y Chile (11%)¹¹.

Francia y Alemania se abastecen principalmente de otros países europeos. España es el principal proveedor de aguacate de Francia (30%), mientras que Alemania importó principalmente de Países Bajos (61%) y España es su segundo proveedor con el 23%.

Andalucía exportó durante el periodo 2011-2013 una media de 56.600 toneladas anuales. Como ya se indicara anteriormente, Francia es el principal destino del aguacate andaluz, como ocurre con el total español, con una cuota media de mercado del período del 43% de las exportaciones. Países Bajos y Alemania, mantienen porcentajes próximos al 11%, mientras que a Reino Unido se destina el 8%. Destaca como único país extracomunitario relevante, Marruecos (6%).

¹¹ Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de DATACOMEX. Para el cálculo se ha tenido en cuenta el volumen medio de las importaciones de 2011-2013



En líneas generales, durante el año 2014, aunque los datos mostrados son provisionales, se observa que Francia y Alemania mantienen cuotas de mercado similares a la media de los tres años anteriores, Reino Unido incrementa su participación hasta un 11% y Países Bajos baja su ratio a un 10%. Por otra parte, se produce un descenso de las exportaciones con destino a Marruecos y resto de países no comunitarios.

Tabla 26 Principales países destino de las exportaciones de aguacate de Andalucía.

Aguacate		Volumen(t)	Volumen(t)	Volumen(t)	Volumen(t)
		2011	2012	2013	2014*
Exportaciones Intracomunitarias	Francia	26.924	22.928	22.388	26.378
	Alemania	6.523	6.453	6.521	7.225
	Reino Unido	6.070	4.187	3.546	7.132
	Países Bajos	7.904	5.288	6.590	6.240
	Resto Países	7.722	9.982	8.511	10.128
	UE-28	55.845	49.550	48.951	60.004
Exportaciones Extracomunitarias	Marruecos	1.989	4.872	3.961	1.744
	Resto Países	1.867	1.818	933	1.431
	Extra UE-28	3.856	6.690	4.894	3.175
Total mundo		59.701	56.240	53.845	63.178

Fuente: DATACOMEX. * Datos 2014:provisionales

En los anexos I y II se pueden consultar la evolución mensual de las exportaciones y las principales provincias exportadoras de aguacate, respectivamente.

3.1.2. Mercado europeo del mango

En el caso del mango también la Unión Europea y los Estados Unidos de América absorben más del 70% de la comercialización mundial de mango, mangostanes y guayabas. Europa importó en 2011, 400.000 toneladas (36% del comercio mundial).

El mercado europeo del mango se abastece principalmente de Brasil y Perú. Según datos provisionales de 2014, Países Bajos es el principal país importador con el 36% del conjunto europeo, seguido de Alemania, Reino Unido y Francia que suman el 37% de las importaciones europeas. España es el quinto país importador, con el 6%.

Tabla 27 Principales países europeos importadores de guayabas, mangos y mangostanes

Aguacate	Volumen(t)	Volumen(t)	Volumen(t)	Volumen(t)
	2011	2012	2013	2014
Países Bajos	156.277	141.661	147.174	161.419
Alemania	57.796	52.138	56.228	65.277
Reino Unido	50.155	50.453	56.228	58.257
Francia	37.736	38.248	35.991	45.202
España	25.661	24.401	27.795	29.076
Bélgica	No existen datos	24.274	25.905	27.598
Portugal	16.542	19.577	20.598	23.438
Resto Países	52.210	30.532	35.475	39.862
Unión Europea	396.377	381.285	405.393	450.129

Fuente: DATACOMEX



Respecto al origen de las importaciones, se distinguen dos grupos de países que mantienen pautas similares:

Países Bajos, Reino Unido y España se abastecen principalmente de países extracomunitarios: Brasil y Perú. En el caso de España, el 65% procede de Brasil y el 16% de Perú, el resto se reparte entre numerosos países.

Al igual que sucediera con el aguacate, en el caso del mango, Francia y Alemania importan desde otros estados miembros de la UE, principalmente Países Bajos (Francia, 36% y Alemania, 75%) y España en segundo término (Francia, 24% y Alemania 5%).

Durante el periodo 2011-2013, Andalucía exportó una media de 16.000 toneladas anuales. Su principal cliente fue Portugal, con un 52% de cuota media de mercado; seguida de Francia y Alemania con el 19 y 15%, respectivamente. Las exportaciones fuera de la Unión Europea carecen de relevancia.

Durante 2014, aunque se trata de datos provisionales, al compararlos con la media de los tres años precedentes, se observan cambios importantes en el reparto de cuota de mercado entre los principales destinos del mango andaluz. Portugal pierde importancia al pasar del 52 al 31% y se incrementa en el resto de países, destacando Países Bajos que pasa del 5 al 14%.

Tabla 28 Principales países destino de las exportaciones de mango de Andalucía.

Guayabas, mangos y mangostanes		Volumen(t)	Volumen(t)	Volumen(t)	Volumen(t)
		2011	2012	2013	2014*
Exportaciones Intracomunitarias	Portugal	7.308	9.790	8.013	8.448
	Francia	2.136	4.089	2.799	5.471
	Alemania	1.835	3.255	1.991	5.363
	Países Bajos	172	1.401	631	3.893
	Reino Unido	77	406	159	1.017
	Resto Países	512	1.227	1.155	2.350
	UE-28	12.038	20.168	14.748	26.543
Exportaciones Extracomunitarias	Extra UE-28	175	800	302	494
Total mundo		12.213	20.968	15.049	27.037

Fuente: DATACOMEX. * 2014: Datos provisionales

En los anexos I y II se pueden consultar la evolución mensual de las exportaciones y las principales provincias exportadoras de mango, respectivamente.

Respecto a **la chirimoya y el níspero** no existen datos oficiales sobre importaciones y exportaciones. Se trata de cultivos sin relevancia en el comercio internacional que cuentan con importantes repercusiones en las economías locales.

La chirimoya se consume mayoritariamente en el mercado nacional. La dificultad de su conservación junto a la fragilidad del fruto, muy susceptible a daños por manipulación y transporte, son las principales limitaciones al mercado de la exportación. Actualmente se exporta entre el 10-20%.



El níspero se destina principalmente al mercado de la exportación. Según datos aportados por el sector, las exportaciones suponen entre 60-70% del volumen comercializado. Sus principales destinos son Italia, Portugal y Francia.

4. Comercialización en origen

4.1. Operadores en origen

El primer eslabón de la cadena de comercialización se inicia con la entrega de la producción a un operador en origen para su primera venta. Éste se encarga de realizar diversas tareas de manipulación y distribución del producto, que generan gran parte del valor añadido que se le dará al producto a lo largo de la cadena de comercialización.

El agricultor, con la elección del operador, determina su grado de implicación en el valor generado durante la primera fase de la comercialización y, por tanto, su participación en las rentas generadas por la venta del producto.

En la comercialización de las frutas subtropicales encontramos los siguientes operadores:

- Entidades tipo asociativas: Los agricultores se organizan económicamente en torno a sociedades cooperativas o agrarias de transformación (SAT). Estas entidades implican al agricultor en la cadena de valor. Además de comercializar la producción de sus socios, realizan funciones de normalización, manipulación y distribución; asesoramiento y planificación de los cultivos según las mejores condiciones del mercado, así como otros servicios que varían de una empresa a otra.

Existe una mayor presencia de asociacionismo en mango y aguacate, localizado principalmente en la provincia de Málaga. Dentro de este grupo destaca la entidad SAT, TROPS como la mayor empresa asociativa del sector y su importante posición en la comercialización de mango. No existen cooperativas de segundo grado en el sector en Andalucía.

- Entidades privadas: Se trata de empresas comercializadoras en origen, constituidas en forma de Sociedades Limitadas y Sociedades Anónimas. En este grupo se diferencian dos tipos de comercializadoras las alhóndigas y los centros de manipulación.

Las alhóndigas, con un sistema de venta de subasta a la baja, se caracterizan por unas menores exigencias de calidad y presentación del producto. Este tipo de figura ha tenido una importante presencia que ha ido perdiendo a lo largo de los últimos años, especialmente en el caso de los productos subtropicales, donde han ido desapareciendo las subastas a favor de las comercializadoras en origen con centro de manipulación. Actualmente, aguacate y mango se subastan de forma minoritaria, correspondiendo la mayor parte a chirimoya y níspero.

Es habitual que las alhóndigas cuenten con centros de manipulación propios para atender a las demandas de sus clientes, en estos casos, compran directamente la producción a los agricultores a cambio de un precio fijo.

En el sector subtropicales predominan las comercializadoras en origen con centros de manipulación propios. Éstas se abastecen directamente de los agricultores a cambio de un



precio según mercado, por producción propia más las importaciones, en su caso. Además realizan funciones de clasificación, normalización, envasado, almacenamiento y distribución del producto. Existe un número importante de comercializadoras en origen, en las que el empresario es a su vez titular de explotaciones.

Al igual que en el caso de las cooperativas y SAT, en estas entidades se exigen unos niveles mínimos de calidad de los productos que comercializan.

En la siguiente tabla se desglosa el número de centros de manipulación registrados que desarrollan su actividad con todos o alguno de los productos tropicales (aguacate, chirimoya, mango y níspero).

Tabla 29 Centros de manipulación en Granada y Málaga según la forma jurídica¹²

	Coop/SAT	SA/SL	Otras	Total
Granada	5	24	5	34
Málaga	8	25	2	35
Total	13	49	7	69

Fuente: RIA (Registro de industrias agroalimentarias). CAPDER. 2015

A pesar del elevado número de comercializadoras en origen, la mayor parte del volumen comercializado se concentra en apenas 4 empresas, SAT Trops; José Luis Montosa, SL, Reyes Gutiérrez, SL y Miguel García Sánchez, SL, las tres primeras ubicadas en Vélez Málaga (Málaga) y la cuarta en Motril.

El elevado número de operadores comerciales en origen es una de las principales debilidades señaladas por el sector comercializador, tanto por la dificultad que supone para el diseño de estrategias comerciales conjuntas, como por la fuerte competencia para el aprovisionamiento y la fijación de los precios en origen.

Queda patente la importancia de las empresas comercializadoras de perfil mercantil, y dentro de éstas, las que se han denominado como comercializadoras en origen con central de manipulación propia.

El sector comercializador está mayoritariamente compuesto por empresas manipuladoras y comercializadoras de una mayor o menor gama de productos, en función de su grado de especialización en subtropicales. Así, en la provincia de Málaga destacan industrias muy especializadas en subtropicales, fundamentalmente en aguacate y mango. Mientras que en Granada se observa un abanico más amplio de productos, entre los que destaca la chirimoya, así encontramos desde empresas más enfocadas a los subtropicales, como otras que amplían la oferta de productos a hortalizas.

4.2. La fijación del precio en origen

En líneas generales, en el proceso de formación del precio en origen intervienen fundamentalmente dos factores que dependen de la demanda del producto: el volumen de producción y la calidad del fruto. Ésta última viene definida por las características

¹² Algunas entidades tienen registrados más de un centro de manipulación.



organolépticas del producto, así como por las prácticas utilizadas para su producción, orientadas a la seguridad alimentaria y a la protección medioambiental. En general, la presencia de volúmenes bajos, es decir, escasa oferta y una buena calidad, son factores que incrementan los precios; y viceversa.

Sin embargo, los precios están sujetos a múltiples condicionantes que inciden en su formación: estacionalidad de la producción, vecería del árbol, abanico varietal, incidencias meteorológicas y fitosanitarias, estrategias comerciales, abastecimiento de los mercados, presencia de frutas sustitutivas, etc.

En el sector de los frutos subtropicales, destacan los siguientes sistemas de fijación de precios en origen:

- Sistema basado en el precio de venta. Es el utilizado principalmente por las empresas de tipo asociativas, cooperativas y SAT. A la entrega de la cosecha, los productos son clasificados para su venta en lotes según variedad, categoría y calibre. El agricultor percibe un precio de liquidación diferente por cada lote. Se calcula como diferencia entre el precio de venta y los costes en los que ha incurrido en la manipulación, envasado y distribución, más los costes generales de la empresa. La mayoría de las entidades realizan liquidaciones parciales a sus socios a la entrega de sus productos.
- Sistema basado en el precio fijo según mercado. Es el más utilizado por las empresas comercializadoras en origen no asociativas. El precio se fija diariamente según las condiciones del mercado y la calidad del producto.

En este sistema existen particularidades según el producto:

- El aguacate se valora en función de dos categorías: la primera que incluye los frutos de mayor calidad y los calibres más comerciales (>22) y una segunda, con el resto de productos, valorados alrededor del 25% del precio fijado para la primera. Aunque se revisa diariamente, el precio suele mantenerse estable a lo largo de la semana.
- En mango se establecen igualmente dos precios según categorías. En la primera categoría se incluyen los mangos de mayor calidad y los calibres medianos (normalmente de 6 a 12), y en la segunda, se incluyen los de peor calidad y el resto de calibres (superiores e inferiores a los anteriores).
- La chirimoya. En general, la chirimoya es clasificada a su llegada a la comercializadora teniendo en cuenta categorías y calibres, distinguiendo entre Super Extra, Extra, Primera (A y B) y Segunda (A y B). La liquidación al agricultor se realiza mayoritariamente en función del precio de venta en destino, descontando una comisión media por la venta del 11%. Esta modalidad es habitual en las comercializadoras de la provincia de Granada, coexistiendo con otras fórmulas como el precio fijo.
- El níspero debido a su fragilidad, es envasado en campo. Al inicio de la campaña, cuando el volumen de producción es un poco más pausado, el níspero se clasifica y calibra en la comercializadora. Cuando el cultivo está en plena producción, existe un elevado volumen de níspero que se vende sin manipular, generalmente su precio es inferior al calibrado. Al igual que la chirimoya, la liquidación al agricultor se realiza mayoritariamente en función del precio de venta en destino, descontando una comisión media del 11%, que coexisten con las liquidaciones al agricultor a precio fijo.



Los precios de mango, chirimoya y níspero son muy fluctuantes, por lo que se suelen revisar diariamente.

- Sistema de subasta a la baja, que se da en las alhóndigas, en las que el precio se establece por lotes. El agricultor puede parar la subasta y retirar el producto si el precio no le interesa. Se aplica una comisión en concepto de intermediación, del 11% como valor medio sobre el precio de venta del producto sin clasificar.
- Se distingue otra modalidad de compra, en la que se acuerda un precio único sin discriminar entre calidades y calibres de la cosecha. El importe del precio suele ser inferior al precio de producto clasificado por el riesgo que asume el comprador.

4.2.1. Evolución de los precios en origen ¹³

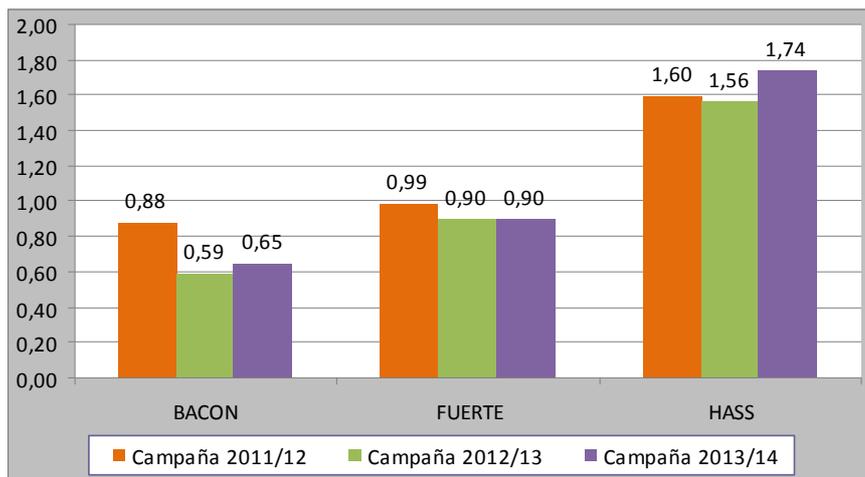
4.2.1.1. Aguacate

Las cotizaciones del aguacate se han caracterizado, desde su despegue comercial en los años 90, por mantener un nivel de precios rentables que continúa en la actualidad.

Las diferencias de precios entre campañas están relacionadas con múltiples factores: incidencias climatológicas y fitosanitarias; la acusada vecería del árbol y la competencia con otros orígenes de producción. En general, los precios se han movido en función de la relación oferta-demanda, y su adecuación al volumen y a la calidad demandada.

En el siguiente gráfico se desglosan, por variedades, los precios medios de las campañas 2011/12 a 2013/14. Como se puede observar, las variedades de aguacate han mantenido amplias horquillas de precios entre campañas. La variedad Hass se ha movido en una horquilla de 1,56€/kg y 1,74 €/kg, la variedad Bacon entre 0,59 y 0,88€/kg; mientras que el aguacate Fuerte presenta una mayor estabilidad, entre 0,90 y 0,99€/kg¹⁴.

Gráfico 3 Precio medio en origen de las principales variedades de aguacate (€/kg)



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. CAPDER. Junta de Andalucía

¹³ Definición: Precio liquidado al agricultor a la entrega en el almacén o comercializadora, sin IVA. Este concepto no incluye ningún coste de manipulación y comercialización del producto.

¹⁴ Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. CAPDER



A continuación se analiza brevemente el desarrollo de las tres últimas campañas y las principales incidencias que han intervenido en la formación del precio.

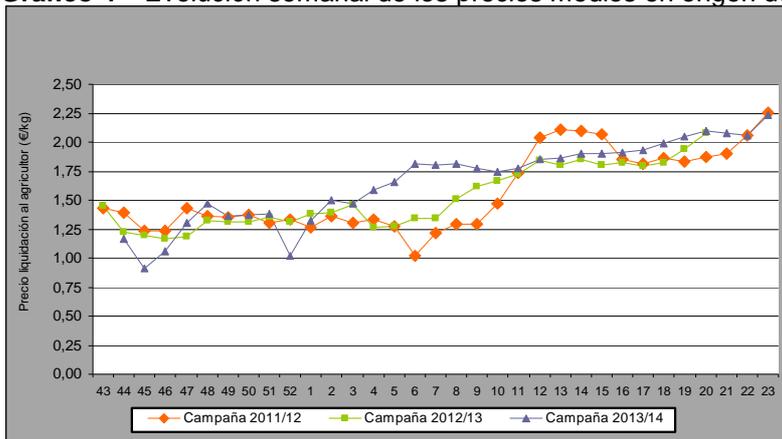
- Campaña 2011/12: Concluyó con la ausencia de incidencias negativas relevantes, aunque se benefició durante varias semanas, coincidiendo con la primavera, de un cierto desabastecimiento del mercado europeo por un descenso de las importaciones procedentes de terceros países.

El aguacate Hass se apreció, llegando a superar durante varias semanas consecutivas el umbral de los 2€/kg. Durante la campaña 2014/15, se está dando una situación similar, vuelve a revalorizarse el aguacate Hass, con cotizaciones para la primera categoría por encima de 2,30€/kg, por desabastecimiento del mercado de frutos de terceros países.

- Campaña 2012/13: Las elevadas temperaturas registradas durante el cuaje del fruto provocaron una escasez importante de los calibres superiores. La proporción fue de más del 60% para la primera categoría con los calibres más comerciales; y el 40% para el resto. La fruta de mayor calibre se encareció durante toda la campaña, cotizando durante numerosas semanas por encima de 2,50€/kg. La horquilla entre el precio medio de campaña de la primera y segunda categoría fue de 1,73 y 0,69€/kg, obteniéndose un precio medio final para ambas categorías de 1,56€/kg.
- Campaña 2013/14, los fuertes vientos registrados durante el invierno provocaron la caída del árbol de un importante volumen de fruta. Sin embargo, la calidad del fruto y los buenos calibres en todas las variedades compensaron el descenso de producción. La primera categoría obtuvo un precio medio de campaña de 1,78€/kg y la segunda, 0,87€/kg, obteniéndose un precio medio para ambas categorías de 1,74€/kg.

En los siguientes gráficos se muestra la evolución semanal durante las tres últimas campañas de los precios medios en origen por variedad de cada producto analizado.

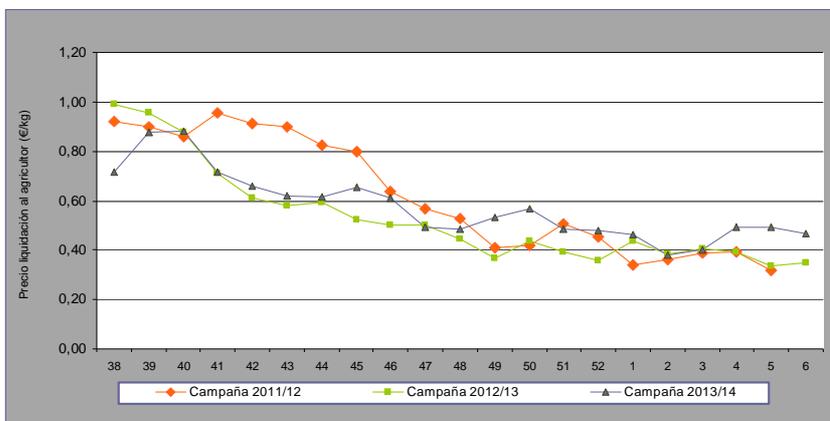
Gráfico 4 Evolución semanal de los precios medios en origen del aguacate Hass



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. CAPDER. Junta de Andalucía

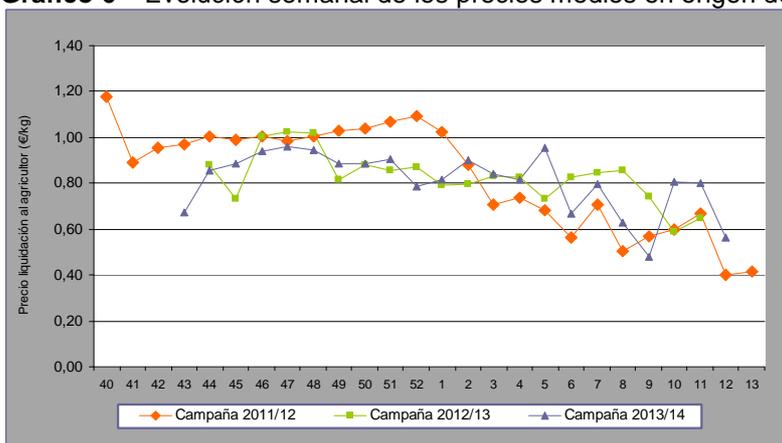


Gráfico 5 Evolución semanal de los precios medios en origen del aguacate Bacon



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. CAPDER. Junta de Andalucía

Gráfico 6 Evolución semanal de los precios medios en origen del aguacate Fuerte



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. CAPDER. Junta de Andalucía

4.2.1.2. Mango

Desde el inicio de las primeras plantaciones comerciales hacia el año 1985, el mango ha mantenido unos niveles de precios muy rentables, que han resultado muy atractivos para los agricultores. La expansión comercial del sector ha ido absorbiendo toda la producción de las nuevas plantaciones, manteniendo altos niveles de precios.

La perspectiva de crecimiento de este cultivo para los próximos años plantea incertidumbres respecto al futuro de los precios. El incremento de producción podría hacer caer las cotizaciones en origen, en tanto que los mercados europeos no sean capaces de diferenciar la excelente relación calidad precio del mango andaluz, frente al mango procedente de otros orígenes.

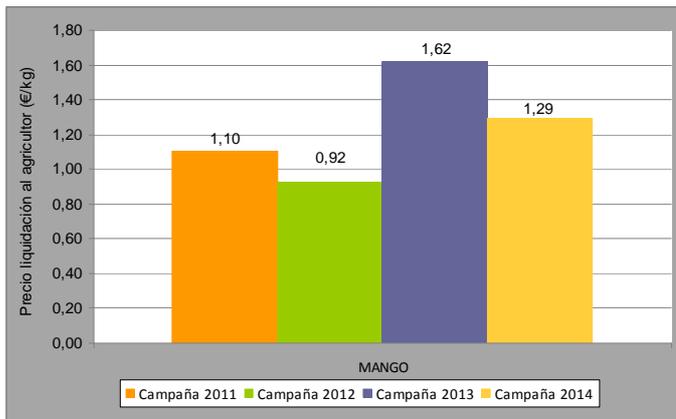
Las condiciones climatológicas y fitopatológicas, y la entrada en producción de nuevas fincas, determinan en cada campaña el volumen, la calidad y el calibre de los frutos, condicionando la formación del precio en origen.



En el gráfico siguiente se muestran los precios medios del producto durante las cuatro últimas campañas. La campaña 2014 se cerraba con muy buenos resultados en volumen comercializado y precio medio en origen (1,29€/kilo), favorecido por la excelente calidad de la fruta comercializada, tanto en sabor, gracias a la recolección de fruta en su punto óptimo de maduración, como a la alta presencia de los calibres más comerciales.

Destaca en el gráfico el elevado precio final de la campaña 2013, pero este fue un año atípico, marcado por unas condiciones climatológicas adversas que afectaron muy negativamente a la floración y al cuaje de la fruta, reduciendo la capacidad productiva del árbol. La carencia de fruta en el mercado se tradujo en un elevado nivel de precios que se mantuvo durante toda la campaña.

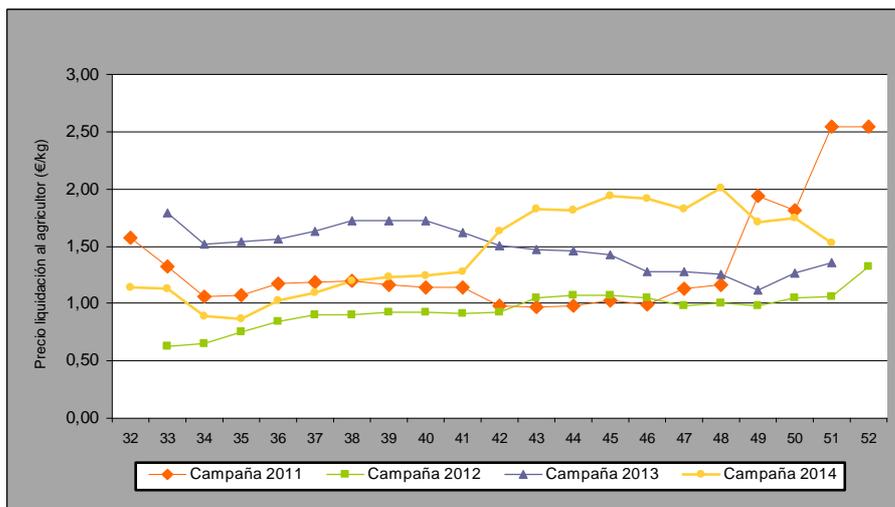
Gráfico 7 Precio medio en origen de mango (€/kg)



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. CAPDER. Junta de Andalucía

Durante prácticamente toda la campaña 2014, las cotizaciones han mantenido una tendencia ascendente por encima de 1€/kg, destacando los precios de septiembre y octubre, durante los cuales se produce la máxima concentración de fruta debido a la producción del mango de la variedad Osteen.

Gráfico 8 Evolución semanal de los precios medios semanales



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. CAPDER. Junta de Andalucía



4.2.1.3. Chirimoya

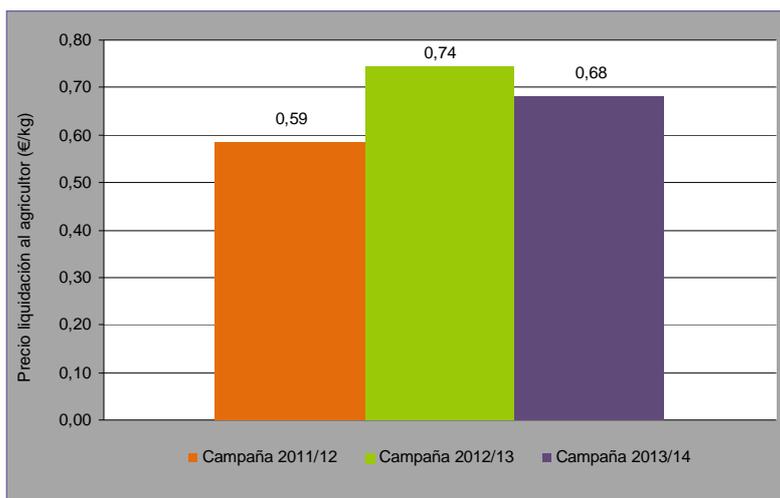
Los precios de la chirimoya están condicionados por la estacionalidad del fruto, que concentra su máxima producción en los meses de octubre y noviembre durante los cuales los precios descienden bruscamente. A partir de diciembre comienza la recuperación de las cotizaciones hasta final de campaña gracias a la producción de la chirimoya de primavera, aunque los volúmenes comercializados son menores.

Actualmente la campaña se mantiene hasta el mes de abril gracias a la producción de la chirimoya de primavera (marzo y abril), aunque aún se observan determinados periodos de carencia, como enero y febrero, que dificultan la garantía de suministro a los clientes que pueden optar por sustituir la chirimoya por otras frutas.

Existen otros factores que influyen en la disponibilidad del producto, como la aplicación de la técnica de la “superpoda” que está permitiendo obtener fruta fuera de temporada, aunque su ejecución manual encarece los costes del cultivo. Por otro lado, la atomización de las explotaciones y el carácter secundario de la actividad de sus titulares generalizado, son un freno a la planificación de la producción.

En el gráfico siguiente se presentan los precios medios de las tres últimas campañas.

Gráfico 9 Precio medio en origen de chirimoya (€/kg)



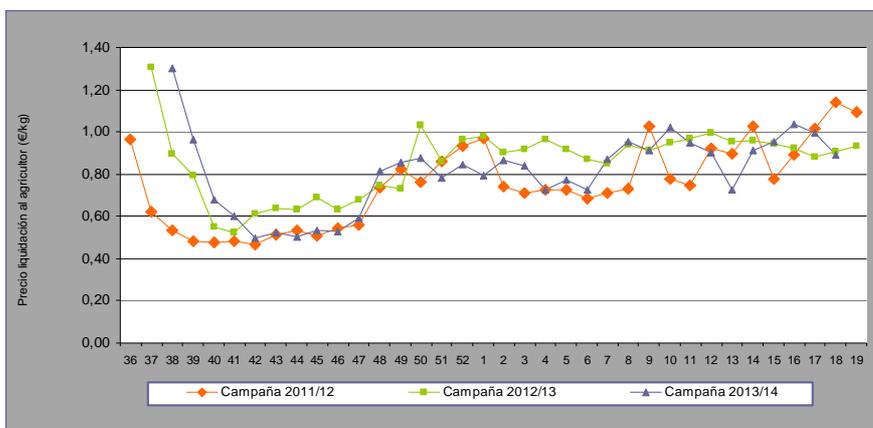
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. CAPDER. Junta de Andalucía

A continuación puede verse el similar comportamiento de las curvas de precios durante las últimas 3 campañas. Durante estas campañas, el 60%¹⁵ de la chirimoya se concentró en los meses de octubre y noviembre, coincidiendo con las cotizaciones más bajas. A partir de aquí vuelven a recuperarse los precios hasta el final de la campaña.

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. CAPDER. Junta de Andalucía



Gráfico 10 Evolución semanal del precio medio en origen de la chirimoya



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. CAPDER. Junta de Andalucía

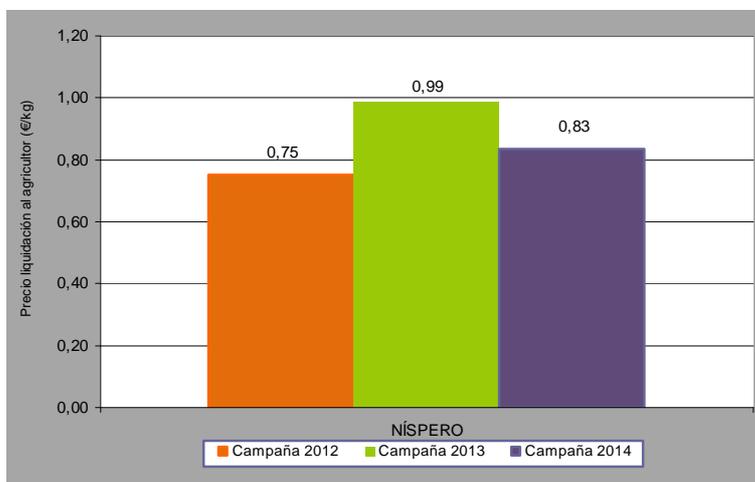
4.2.1.4. Níspero

Los precios del níspero están condicionados por la corta duración de la campaña y la fuerte concentración de fruta en apenas 2 ó 3 semanas, que suele coincidir con el incremento de las temperaturas del mes de abril.

Las cotizaciones más altas coinciden con el menor volumen de inicio de campaña. En esta época, el fruto se comercializa en origen diferenciando categorías y calibres. Con el incremento de temperaturas y el volumen producido, existe una elevada proporción de fruta que se comercializa directamente con la clasificación que viene de campo y sin corte del pedúnculo, que se traduce en una disminución del precio percibido por el agricultor.

A continuación se presentan los precios medios de las tres últimas campañas. Destaca el precio de la campaña 2013, próximo al euro. Las temperaturas junto a la buena calidad de calibres y piel, permitieron un ritmo más constante de entrada de fruta en las comercializadoras, manteniendo un nivel de precios más alto durante el período de máxima producción.

Gráfico 11 Precios medios en origen del níspero (€/kg)

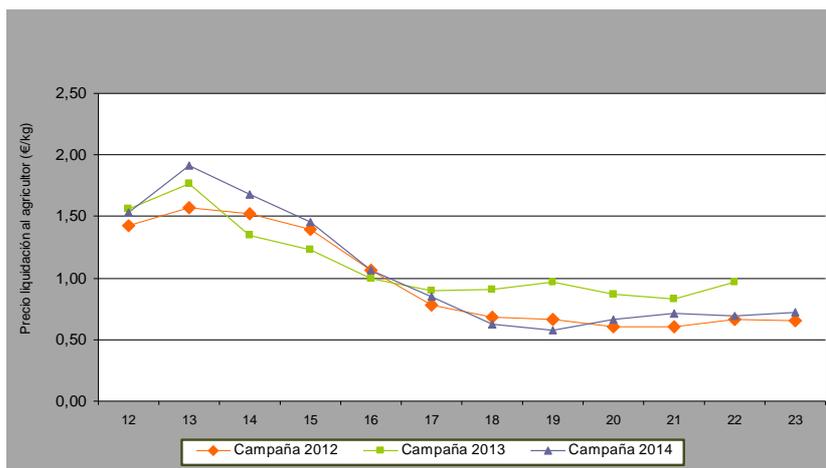


Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. CAPDER. Junta de Andalucía



En el gráfico siguiente se observa la evolución semanal de precios durante las tres últimas campañas. Durante las primeras semanas, los precios se sitúan en torno a 1,50€/kg, para ir disminuyendo a medida que se incrementan los volúmenes comercializados. Durante las tres últimas campañas 2012-2014, el 75%¹⁶ de la fruta se concentró entre las semanas 16 y 20, ambas incluidas.

Gráfico 12 Evolución de los precios semanales en origen del níspero



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. CAPDER. Junta de Andalucía

4.3. Canales de comercialización

La producción andaluza de subtropicales está orientada mayoritariamente hacia el mercado de la exportación, a excepción de la chirimoya, cuyo consumo es mayoritariamente de ámbito nacional.

Aguacate y mango se comercializan principalmente a través de las cadenas de distribución, sobre todo en el mercado de exportación, adonde se destina el mayor volumen de estas frutas. En el mercado doméstico, destaca el destino a los mercados mayoristas del mango. La chirimoya, en su principal mercado, el nacional, se reparte en porcentajes similares entre los mercados mayoristas y la gran distribución. Mientras que el níspero se comercializa de forma predominante a través de los mercados mayoristas, tanto en el mercado nacional como en exportación.

La posición dominante de la gran distribución en el mercado de las frutas y hortalizas frescas, se ha traducido en un reforzamiento de su posición contractual frente a los operadores en origen y, en mayores exigencias de calidad y servicio comercial. La selección del mercado y el canal de distribución está condicionado por la capacidad de la comercializadora para prestar los servicios que exigen los clientes y seguir siendo competitivos en precio.

Las cadenas de distribución necesitan el abastecimiento de grandes volúmenes de producto con unas condiciones homogéneas de calidad de producto y servicios, por lo que suelen

¹⁶ Fuente: Observatorio de Precios y Mercados. CAPDER. Junta de Andalucía



formalizar programas de suministro con los operadores en origen de mayor tamaño. Estos programas son revisados para toda la campaña, y durante el transcurso de la misma se acuerdan programas semanales, en los que se fijan también precios semanales o de campaña.

Aunque las grandes cadenas ocupan la mayor cuota de mercado en la comercialización de las frutas y hortalizas frescas, existen diferentes tendencias según los mercados. A continuación se indican algunas de las particularidades de los principales mercados a los que se dirigen los frutos subtropicales¹⁷:

- Área mediterránea: España, Francia e Italia. Además de la fuerte implantación de las cadenas de distribución moderna, estos países se caracterizan por ser productores de frutas y hortalizas, por lo que existe un fuerte arraigo de tiendas detallistas establecidas por todo el territorio y, consecuentemente, de los mercados mayoristas.
- Alemania. El consumo de frutas y hortalizas frescas depende totalmente del mercado exterior, existiendo un predominio muy claro de la gran distribución que cuenta con centrales de compra en origen y en destino.
- Reino Unido. Es el país europeo con mayor desarrollo de las cadenas de distribución (70% de frutas y hortalizas es distribuido por las grandes cadenas). El alto estándar de calidad de los consumidores ingleses junto a la fuerte competencia entre cadenas, se traduce en mayores exigencias de coste y preparación del producto para el proveedor.
- Holanda. Cuenta con un gran mercado mayorista que redistribuye al resto de Europa.

4.3.1. Aguacate

El aguacate se destina mayoritariamente al mercado de exportación, en el que se distribuye entre el 60-70% del volumen comercializado, correspondiendo el resto al mercado nacional. En el Anexo III se puede consultar el consumo de aguacate en España desde 2007 a 2013.

El principal destino es Francia, con una media de 26.500¹⁸ toneladas anuales (43% de las exportaciones), seguido de Países Bajos y Alemania (11% respectivamente).

El canal moderno es el mayoritario en la comercialización del aguacate. Se estima que en torno al 70% de las exportaciones se realizan a través de las grandes cadenas. En España el porcentaje es menor al adquirir mayor importancia los mercados mayoristas, con cerca del 30-35%, además de otros destinos como canal Horeca, minoristas locales y otros mayoristas a los que se estima que corresponde alrededor del 10% del volumen comercializado.

La principal **ventaja competitiva** del aguacate andaluz reside en su calidad. La cercanía del mercado a la zona de producción le permite una maduración en árbol más prolongada que el procedente de terceros países y, por tanto una mayor calidad del fruto. Las importaciones extracomunitarias suelen llegar a Europa en contenedores a través del transporte marítimo, estimándose entre 28 ó 30 días desde su recolección.

¹⁷ Fuente: Modalidades de distribución alimentaria. FEPEX

¹⁸ Fuente: Media del volumen exportado durante los años 2011 a 2013. DATACOMEX



Es importante que el consumidor europeo conozca e identifique el aguacate andaluz por su mayor calidad frente al procedente de terceros países.

En cuanto a las **preferencias**, la variedad más apreciada es el Hass. Su elevado volumen de producción permite la homogeneización que demanda la gran distribución. Las variedades lisas pierden cuota en la distribución moderna y parecen encontrar mayor hueco entre los minoristas tradicionales como fruta de temporada.

La **confección** más común es el granel clasificado en cajas de 4 kilos. El número de piezas que incluye cada caja depende del calibre demandando por el cliente. Suelen contener de 10 a 24 piezas, teniendo en cuenta que los calibres más requeridos van del 12 al 20. Puede contener algún material auxiliar que le sirva de protección como las bandejas alveoladas, aunque es más frecuente en otras frutas más delicadas.

La venta a granel de los calibres más pequeños incluye más de 24 piezas por caja y suelen tener un peso entre 8 y 15 kg.

Entre los envases de consumidor más utilizados están el girsac y el flowpack de 500g, 700g y 1kg según calibre y número de piezas. Aunque también se realizan múltiples confecciones a demanda del cliente, con el uso de cestas, bandejas, retráctil, etc.

Los **calibres**¹⁹ más demandados son 12-14-16-18-20 con diferentes preferencias según mercados: Alemania, 16-18; Francia, Holanda y Reino Unido prefieren los calibres 18-20; mientras que los países nórdicos demandan calibres aún menores, 22-24. En el mercado nacional se prefieren calibres grandes, 12-14.

Por otro lado cabe destacar la industria de 5ª gama de este producto, encabezada por el guacamole, del cual se producen aproximadamente unas 3.000 toneladas al año en la provincia de Málaga, que se vende en un 70% en el mercado nacional a través de las principales cadenas.

4.3.2. Chirimoya

La chirimoya se comercializa fundamentalmente en el mercado nacional, con una cuota entre el 80-90% de la producción anual (50.000 t.). Su distribución se realiza con porcentajes similares entre el canal tradicional y el canal moderno (entre 40-45%, cada uno), correspondiendo el resto a otros intermediarios almacenistas que a su vez venden a minoristas, canal Horeca, etc.

La exportación, que supone entre el 10-20%, se realiza ampliamente a través de mayoristas en destino, aunque también se están realizando acuerdos directos minoritarios con la distribución organizada.

La expansión de su comercialización se ve limitada por su baja tolerancia al transporte y un alto grado de desconocimiento del consumidor, mayor cuanto más nos alejamos de la zona de producción. No obstante, “la apertura de nuevos mercados y la producción de fruta fuera de temporada (chirimoya de invierno y de primavera), han supuesto, sin embargo, un reciente alivio a esta situación crítica de este cultivo”²⁰.

¹⁹ El calibre se determina por el peso del fruto. Hace referencia al número de unidades que contiene una caja estándar de 4 kilos. Se pueden consultar la tabla de calibres en http://www.juntadeandalucia.es/defensacompetencia/sites/all/themes/competencia/files/fichas/pdf/9_Aguacate.pdf

²⁰ Fuente: La fruticultura del siglo XXI en España. Cajamar Cara Rural. 2014



En cuanto a las preferencias de los consumidores, además del acondicionamiento del fruto, lo más diferenciador según el mercado, es el **calibre**. En la costa de Andalucía se demandan piezas grandes, pero a medida que avanzamos hacia el norte de España se consume menos cantidad y calibres más pequeños. Para la exportación se utilizan los calibres más pequeños.

Estas mismas preferencias de calibre se tienen en cuenta en la gran distribución, aunque con determinadas particularidades en función de la cadena: algunas ofertan dos tamaños (grande y pequeño) con dos precios, otras venden por piezas y utilizan calibres más pequeños, etc.

En el canal tradicional, las chirimoyas más comercializadas pesan entre 400 y 500 gramos²¹.

La **confección** más utilizada es la caja de 4 kilos con una sola capa de alveolo y protegidos con malla de poliestireno expandido. Las cajas incluyen para las categorías Extra y I, de 4 a 12 unidades, según el calibrado de la fruta²². Además, se realizan diversas confecciones en envases consumidor sobre todo a demanda de la gran distribución, como tarrinas de 500gr o bandejas por piezas.

4.3.3. Mango

La producción de mango se destina mayoritariamente al mercado de la exportación, con una estimación cercana al 70% del volumen comercializado. El resto se dirige al mercado nacional, con un consumo interno aún muy limitado.

Las exportaciones se dirigen principalmente a la distribución organizada (se estima en torno al 60%), correspondiendo el resto a los mayoristas asentados en el país de destino. En el mercado nacional, los papeles se invierten, correspondiendo sobre el 60% a los mercados mayoristas. El resto se reparte entre la distribución organizada (30%), otros intermediarios minoristas y el canal Horeca.

En general, el mango es una fruta poco conocida, con grandes posibilidades de incrementar su consumo. Para ello, las empresas comercializadoras llevan a cabo numerosas acciones de promoción y difusión de información sobre el sabor, punto de maduración, propiedades de la fruta, etc.

Su principal **fortaleza** reside en la excelente relación calidad/precio que le proporciona la cercanía del mercado al lugar de producción, respecto a las importaciones llegadas en avión de los países tropicales.

Aunque el mango goza de buena imagen en el mercado, una de las principales debilidades destacadas por las empresas comercializadoras andaluzas es el daño que causa a su imagen el corte de fruta anticipado a su punto óptimo de recolección.

En las **preferencias** de los consumidores priman la coloración y el calibre de la fruta, siendo más demandando el mango con tonos rosados y calibres medianos.

La **confección** más utilizada es el granel clasificado en cajas de 4 kilos, en el que se incluyen de 6 a 12 piezas por caja según calibre, envueltos o no en papel de seda. Puede contener bandeja con alveolos que le sirvan de protección.

²¹ Fuente: Análisis de los principales frutos tropicales comercializados. Mercasa. 2007

²² Fuente: Se pueden consultar categorías y calibrado de la chirimoya en http://www.juntadeandalucia.es/defensacompetencia/sites/all/themes/competencia/files/fichas/pdf/9_Chirimoya.pdf



Como en el resto de frutas, se realizan múltiples terminaciones de envasados por piezas con flowpack, tarrinas, bandejas, etc.

4.3.4. El níspero

El níspero producido en Andalucía se distribuye, tanto en el mercado nacional como en el de exportación, predominantemente a través de los mercado mayoristas.

Los principales mercados son España, Italia y Francia, donde existe preferencia por la fruta de temporada y se valora el acondicionamiento del fruto y los calibres superiores (G y GG)²³.

La presentación más utilizada es el granel clasificado en caja de madera o cartón en la que se colocan de uno a tres lechos de fruta en función del calibre. El calibre G se dispone en un lecho, el GG en dos y el GGG en tres lechos. Pueden acompañarse de bandejas de alveolos moldeados, esponjilla en el fondo, papel encima, etc. como medidas de protección.

Cuando el cultivo está en los máximos picos de producción, existe un elevado porcentaje que se vende directamente a granel con el envasado que llega de campo, limitándose la comercializadora a etiquetar y expedir.

Las empresas además realizan otros envasados tipo consumidor en función de las necesidades de su cliente como flow-pack, tarrina, etc.

5. Figuras de calidad

Una de las consecuencias de la comercialización de frutas y hortalizas frescas a través de la gran distribución, ha sido la exigencia de certificaciones de calidad aplicables al producto a lo largo de todas las fases de la cadena.

Los protocolos de calidad certificables más extendidos en el sector subtropicales son:

En el ámbito de la producción:

- GLOBALGAP es una norma que abarca todo el proceso de producción del producto certificado, desde el primer momento (como pueden ser puntos de control de semillas o plantas de vivero) y todas las actividades agrarias subsiguientes, hasta el momento en que el producto es retirado de la explotación. El objetivo es establecer una norma única de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), aplicable a diferentes productos y capaz de abarcar la globalidad de la producción agrícola. Esta certificación es ampliamente mayoritaria.

Certificando la norma UNE 155.000 se obtiene el estado equivalente a GLOBALG.A.P. IFA V4.0 de acuerdo con el proceso de homologación de GLOBALGAP. Este hecho es habitual en muchas explotaciones.

²³ Se pueden consultar categorías y calibrado del níspero en http://web.adca.junta-andalucia.es/sites/all/themes/competencia/files/fichas/pdf/9_Nispero.pdf



- NATURECHOICE. Es una normativa propiedad de la cadena de distribución Tesco, cuyo ámbito cubre todo tipo de fruta, verdura y ensaladas frescas, tanto en producción convencional como ecológica, que se suministran en el Reino Unido.
- PRODUCCIÓN ECOLÓGICA. La producción ecológica es un sistema de producción agrícola, ganadera y de alimentos, protegida por una norma Europea. Esta norma se publica en forma del Reglamento de la Unión Europea (Reglamento CE 834/2007 y sus normas de desarrollo). Su contenido combina:
 - Las mejores prácticas ambientales
 - Un elevado nivel de biodiversidad
 - La preservación de recursos naturales
 - La aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal
 - Una producción conforme a las preferencias de determinados consumidores por productos obtenidos a partir de sustancias y procesos naturales

Así pues, los métodos de producción ecológicos desempeñan un papel social doble, aportando, por un lado, productos ecológicos a un mercado específico que responde a la demanda de los consumidores y, por otro, bienes públicos que contribuyen a la protección del medio ambiente, al bienestar animal y al desarrollo rural.

En el ámbito de la manipulación y envasado de la fruta:

- IFS: INTERNATIONAL FOOD STANDARD. Es un protocolo privado técnico desarrollado por las cadenas de distribución alemanas, francesas y algunas españolas con el propósito de ayudar a los proveedores a que suministren productos seguros conforme a las especificaciones y a la legislación vigente.

Este protocolo requiere la previa implantación de un sistema de gestión de la calidad, un sistema APPCC basado en el Codex Alimentarius, así como la implantación y gestión de prerrequisitos e instalaciones. Incluye todos los requisitos exigibles a los suministradores y se ajusta a los requisitos internacionales (GFSI), proporcionando una visión clara de los conceptos de seguridad alimentaria y control de la calidad a través de evaluaciones a los suministradores, en las que se ofrece una perspectiva completa de la actividad de los mismos.

- BRC (British Retail Consortium): GLOBAL STANDARD FOR FOOD SAFETY. Normativa establecida por la Asociación de minoristas británicos, que tiene como objetivo asegurar que los proveedores cumplen con unos requisitos que garantizan la salubridad de sus alimentos.

Las empresas del sector alimentario deben disponer de los sistemas necesarios para identificar y controlar los peligros que puedan afectar negativamente a la seguridad de los alimentos mediante un sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico (APPCC) y contando con el firme compromiso del equipo directivo de la empresa.

Por último, destaca la **Denominación de Origen Protegida “Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga”** como norma de carácter público destinado a promover la calidad de los productos.



Su ámbito geográfico de cultivo comprende en la provincia de Granada, en la Comarca de la Costa Tropical: Motril, Vélez de Benaudalla, Los Guájares, Itrabo, Molvízar, Salobreña, Almuñecar, Jete, Lentejé y Otivar. En la provincia de Málaga en la Comarca de La Axarquía: Nerja, Frigiliana, Torrox, Itrabo, Algarrobo y Vélez-Málaga.

Se califican frutos procedentes de dos variedades autóctonas, resultantes del cruce de variedades americanas: Fino de Jete (95% de la superficie) y Campas, siempre de categoría Extra o Primera.

Actualmente, ampara alrededor del 20% del volumen total de la producción²⁴. Está integrada por las comercializadoras: Frutas El Romeral, SL; Frutas Los Cursos, SL y Agrojete, SL

6. Debilidades y fortalezas

A continuación se enumeran las principales **debilidades** expresadas por productores y comercializadoras que afectan al sector de subtropicales andaluz en su conjunto:

- Limitación de agua para los cultivos. Se trata de una de las debilidades más destacadas por productores y comercializadoras, que reivindican la ampliación de las infraestructuras actuales como elemento fundamental para la expansión del sector. Una mayor disposición de agua posibilitaría el crecimiento de la producción, tanto por expansión de la superficie cultivada, como por un incremento de la productividad, permitiendo alcanzar mayores cuotas de mercado y la garantía de suministros a los mercados.
- Predominio de explotaciones con unas dimensiones de escaso tamaño. Esta situación repercute negativamente, tanto en la rentabilidad del propio cultivo, como en la comercialización (calidad de la fruta, estacionalidad de la producción, recolección anticipada, etc). En general, dificulta la implantación de estrategias competitivas en el ámbito productivo y comercial.

Por otra parte, en numerosas explotaciones la agricultura no constituye la actividad principal de su titular, por lo que adolecen de un tratamiento más profesionalizado del cultivo, en cuanto a tratamiento del suelo, podas, recolección, etc, que terminan repercutiendo igualmente en la comercialización del producto.

- La actual estructura varietal de los cultivos provoca la estacionalidad de la producción en cortos espacios de tiempo, dificultando su comercialización.
- Existen pocos productos fitosanitarios autorizados. El sector reivindica la ampliación de autorizaciones a un mayor número de productos utilizados por países competidores que no dejan residuos en los productos.
- Robos en campo. Además de las graves pérdidas para el agricultor, suponen la entrada en el mercado de un elevado volumen de fruta no controlada ni en calidad ni en trazabilidad, que dañan la imagen en los canales de comercialización y la confianza del consumidor.

²⁴ Fuente: DOP de la Chirimoya de la Costa Tropical de Granada y Málaga



- Costes energéticos muy altos.
- Deficiencias en el control del etiquetado. Fruta procedente de terceros países que se etiqueta con origen España, creando un grave perjuicio a la imagen de la fruta andaluza que intenta diferenciarse en el mercado por su mayor calidad. Se destacan otras deficiencias de etiquetado relacionadas con las variedades, los calibres, etc.
- La estructura organizativa de la oferta en origen caracterizada por el elevado número de comercializadoras con una distribución muy dispar de la producción (pocas comercializadoras con grandes volúmenes de fruta frente a un elevado número de entidades de mediano y pequeño tamaño) dificulta el establecimiento de criterios unificados que contribuirían a paliar problemas como la recolección anticipada, la concentración de la producción, la guerra de precios, etc.

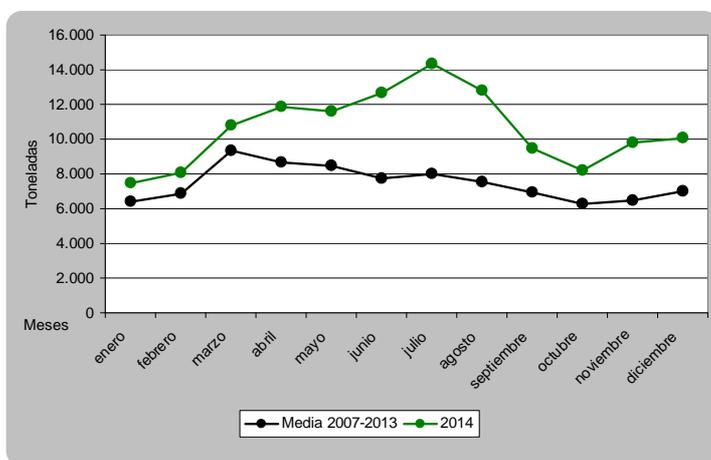
La principal **fortaleza** del sector reside en su privilegiada situación como única zona productora dentro del continente europeo. La cercanía del mercado permite al sector subtropical andaluz ser competitivo frente a las importaciones de terceros países, en un mercado exigente con la calidad y gran potencial de crecimiento.



ANEXOS:

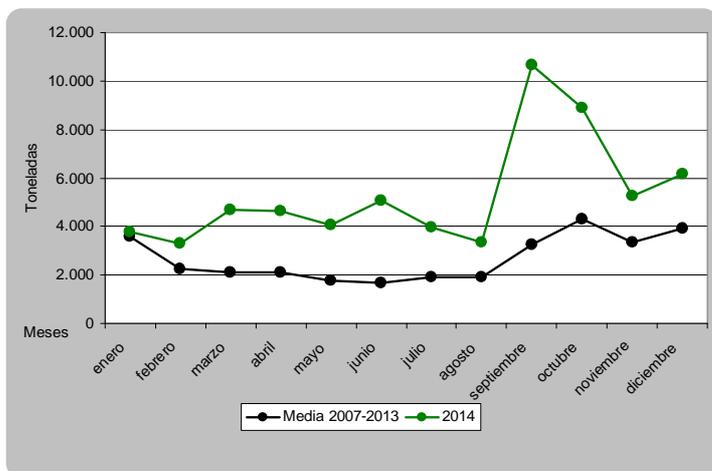
Anexo 1. Evolución mensual de las exportaciones andaluzas de aguacate y mango

Figura 8 Evolución mensual de las exportaciones andaluzas de aguacate



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de DATACOMEX

Figura 9 Evolución mensual de las exportaciones andaluzas de mango



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de DATACOMEX



Anexo 2. Principales provincias exportadoras de aguacate y mango

Tabla 30 Principales provincias exportadoras de aguacate

Aguacate	2012		2013		2014*	
	Volumen (t)	%	Volumen (t)	%	Volumen (t)	%
Granada	8.579	13,6%	8.938	13,9%	9.877	13,3%
Málaga	43.225	68,4%	43.023	66,9%	52.248	70,4%
Andalucía	56.240	89,0%	53.845	83,7%	63.178	85,1%
España	63.209	100%	64.338	100%	74.230	100%

Fuente: DATACOMEX. * Datos 2014 provisionales.

Tabla 31 Principales provincias exportadoras de mango

Guayabas, mangos y mangostanes	2012		2013		2014*	
	Volumen (t)	%	Volumen (t)	%	Volumen (t)	%
Cádiz	7.898	31,3%	7.686	39,2%	6.826	19,7%
Málaga	11.449	45,4%	6.618	33,7%	18.723	53,9%
Andalucía	20.968	83,1%	15.049	76,7%	27.037	77,9%
Resto	4.268	16,9%	4.585	23,4%	7.685	22,1%
España	25.237	100%	19.634	100%	34.722	100%

Fuente: DATACOMEX. Datos 2014 provisionales.

Anexo 3. Consumo de aguacate en España

Tabla 32 Consumo de aguacate en los hogares

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Total nacional							
Volumen (miles de kg)	20.681	22.964	28.247	30.403	33.493	35.838	37.788
Valor (miles de €)	54.568	63.020	75.036	78.883	86.437	90.183	91.755
Precio medio (€/kg)	2,64	2,74	2,66	2,59	2,58	2,52	2,43
Consumo per capita (kg)	0,48	0,53	0,63	0,67	0,73	0,78	0,85
Andalucía							
Volumen (miles de kg)	5.225	4.333	4.348	5.762	6.008	6.347	6.550
Valor (miles de €)	12.839	11.321	11.676	14.207	15.331	15.139	16.456
Precio medio (€/kg)	2,46	2,61	2,69	2,47	2,55	2,39	2,51
Consumo per capita (kg)	0,59	0,56	0,57	0,70	0,72	0,78	0,76

Fuente: MAGRAMA



Anexo 4: Legislación básica sobre la OCM

El Reglamento (CE) nº 1308/2013, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, por el que se crea la **organización común de mercados** de los productos agrarios, establece diferentes instrumentos y mecanismos de apoyo para diferentes sectores. En su artículo 1, hace referencia a los productos incorporados en la apartado IX del anexo I, entre los que se encuentran los subtropicales²⁵.

En relación al sector de frutas y hortalizas, el Reglamento de ejecución (UE) nº 543/2011 de la Comisión, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento CE nº 1234/2007 (actualmente el 1308/2013) del Consejo, establece los siguientes objetivos:

- Aumentar la competitividad y la orientación al mercado del sector, para contribuir a una producción sostenible que sea competitiva tanto en el mercado interior como en los mercados exteriores
- Reducir las fluctuaciones que sufren las rentas de los productores, como consecuencia de las crisis del mercado
- Aumentar el consumo de frutas y hortalizas en la Comunidad, y proseguir los esfuerzos realizados por el sector para conservar y proteger el medio ambiente.

Normas de comercialización

Con el objetivo de que el mercado se abastezca de productos de calidad homogénea y satisfactoria, la Comisión estableció diferentes normas de comercialización para determinados productos, en particular normas referidas a la definición, la calidad, la clasificación, el calibre, el envase, el embalaje, el almacenamiento, transporte, presentación, comercialización y el etiquetado

Tras los cambios establecidos en la regulación de las normas de comercialización en los últimos años, los aguacates quedan fuera del establecimiento de las normas de comercialización.

Organizaciones de productores de frutas y hortalizas (OPFH)

Las organizaciones de productores son entidades asociativas con personalidad jurídica propia constituidas por productores de frutas y hortalizas o entidades que los agrupen.

Las OPFH deben reunir unos requisitos mínimos²⁶ en cuanto a: número de socios, valor de la producción comercializada, garantías para el ejercicio de sus actividades, disposición estatutaria para su reconocimiento; y compromiso en el cumplimiento de normas sobre organización y funcionamiento.

Sus principales objetivos son:

²⁵ Incluye aguacates, mangos y demás frutas frescas, entre los que se encuentra la chirimoya.

²⁶ Requisitos establecidos en el



- Garantizar que la producción se planifique y se ajuste con arreglo a la demanda, sobre todo en lo referente a la calidad y a la cantidad.
- Concentrar la oferta y la comercialización de los productos de sus miembros, incluyendo la comercialización directa;
- Optimizar los costes de producción y los beneficios de las inversiones realizadas en respuesta a normas relativas al medio ambiente y al bienestar de los animales, y estabilizar los precios de producción;

Los miembros productores de una OPFH están obligados a:

- Comercializar toda su producción a través de la organización de productores.
- Pertenecer a una sola organización de productores con relación a un determinado producto.
- Aplicar las normas establecidas por la OP en materia de producción, comercialización y protección del medio ambiente.

Fondos operativos

Las OPFH pueden acceder a ayudas financieras comunitarias para la constitución de un fondo financiero, denominado Fondo Operativo, que servirá para financiar el contenido del respectivo Programa Operativo²⁷ que la entidad tenga aprobado²⁸ para un período de 3 a 5 años.

El **Fondo Operativo** es financiado a partes iguales por la propia OP (o sus miembros) y la ayuda comunitaria financiera que se les conceda. La ayuda es igual al importe de las contribuciones de la organización de productores (o sus miembros) y, en general, se limita al 50% del importe de los gastos reales efectuados (se puede elevar hasta el 60% en determinados casos, establecidos por el reglamento comunitario, como por ejemplo en OP con producción ecológica, o incluso hasta el 100% para ciertas medidas como la retirada con distribución gratuita).

La ayuda financiera comunitaria queda sometida a un límite máximo del 4,1% del valor de la producción comercializada de cada organización de productores. No obstante, dicho porcentaje puede aumentarse al 4,6% siempre y cuando la diferencia entre ambos porcentajes se utilice únicamente para las medidas de prevención y gestión de crisis.

Los Programas Operativos deben tener los siguientes objetivos:

- Asegurar la programación de la producción y su adaptación a la demanda, en lo que respecta, en particular, a la calidad y la cantidad.
- Concentrar la oferta y la comercialización de la producción de sus miembros.
- Optimizar los costes de producción y estabilizar los precios de producción;

²⁷El **Programa Operativo** es un Plan de Acción establecido por la OPFH en el cual desglosa el conjunto de inversiones y acciones que pretende llevar a cabo en los ámbitos de la producción, la comercialización, la aplicación de las medidas agroambientales y la aplicación de las normas y preceptos fitosanitarios. Los programas operativos plurianuales son aceptados o rechazados por los EE.MM. Un pliego de condiciones nacional, aceptado por la Comisión Europea, fija los criterios de aceptación de las medidas agroambientales.

²⁸ La aprobación de los Programas Operativos corresponden a las Comunidades Autónomas



- Planificar la producción;
- Mejorar la calidad de los productos;
- Incrementar el valor comercial de los productos;
- Promocionar los productos, ya sean frescos o transformados;
- Adoptar medidas medioambientales y métodos de producción que respeten el medio ambiente, incluida la agricultura ecológica;
- Adoptar medidas para la prevención y gestión de crisis.

Medidas para la prevención y gestión de crisis

La última reforma de la OCM introdujo nuevas medidas para la gestión de crisis, que pasaron a integrarse en los programas operativos de las organizaciones de productores. Dichas medidas tienen como objetivo evitar y hacer frente a las crisis que se presenten en los mercados de las frutas y hortalizas, e incluyen:

- Las retiradas del mercado
- La cosecha de frutas y hortalizas en verde o la renuncia a efectuar la cosecha
- La promoción y la comunicación
- Las medidas de formación
- Las ayudas para paliar los costes administrativos derivados de la constitución de mutualidades y fondos de inversión.

Las medidas de prevención y gestión de crisis no pueden abarcar más de un tercio de los gastos del programa operativo.

Retiradas del mercado de frutas y hortalizas

Las organizaciones de productores están autorizadas para retirar del mercado algunas cantidades de su producción hortofrutícola, dentro de unos porcentajes del valor de su producción comercializada, según producto, con el fin de evitar una caída de los precios.

Estos productos deben reunir la categoría y presentación que les hace susceptibles de ser comercializados, dedicándolos a otros destinos que no sean el mercado de consumo en fresco, siendo los principales la biodegradación y compostaje, la distribución gratuita y su utilización para alimentación animal²⁹.

Las retiradas son cofinanciados en un 50%, aunque puede incrementarse al 100% en el caso de retiradas que no superen el 5% del volumen de la producción comercializada por cada organización de productores y se destinen a la entrega gratuita a instituciones reconocidas o autorizadas a tal fin por los Estados miembros.

La ayuda a las retiradas de mercado, que incluye tanto la participación comunitaria como la contribución de la organización de productores, no será superior al importe establecido en el

²⁹ Otros destinos pueden ser la fabricación de combustibles, de abonos orgánicos, de alimentos para el ganado, la destilación u otros fines no alimentarios y la industria de transformación.



anexo X del Reglamento (CE) 1580/2007 de la Comisión, para cada uno de los productos enumerados en el mismo. Para los demás productos, se aplicará el importe indicado en el anexo II del Real Decreto 1302/2009.

Cosecha en verde o renuncia a efectuar la cosecha

Por cosecha en verde se entiende la cosecha total de los productos, todavía no comercializables, en una parcela determinada, llevada a cabo antes del inicio de la cosecha normal. Los productos en cuestión no deben haber sufrido daño alguno antes de la cosecha en verde, debido a razones climáticas, fitosanitarias o de otro tipo.

Por renuncia a efectuar la cosecha se entiende la no obtención de ninguna producción comercial de una parcela en cuestión, durante el ciclo productivo normal. La no recolección de productos debido a fenómenos climáticos, plagas o enfermedades no se considera una renuncia a efectuar la cosecha.

Ambas medidas implicarán la destrucción o desnaturalización de dicha cosecha; y deberán ser adicionales y diferentes a las prácticas de cultivo habituales

BIBLIOGRAFIA:

- La fruticultura del siglo XXI en España. Cajamar Cara Rural. 2014
- El sistema de la comercialización en origen de las frutas y hortalizas en fresco. MERCASA. 2008
- Análisis de las principales frutas tropicales comercializadas. MERCASA. 2007
- Nuevas estrategias de la distribución de frutas y hortalizas. MERCASA. 2009
- Modalidades de la distribución alimentaria. FEPEX
- Los intermediarios mayoristas en la cadena de valor de alimentos frescos. MERCASA. 2010
- Innovación en el cultivo del níspero japonés. FUNDACIÓN CAJAMAR-UNIVERSIDAD DE ALMERIA. 2007
- La producción mundial de fruta tropical. FAO. 2012

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo ha contado con la inestimable colaboración de las entidades y empresas comercializadoras que se enumeran a continuación y, gracias a las cuales este trabajo cuenta con un enfoque práctico y actual del sector de las frutas subtropicales en Andalucía.

- Asociación Española de Productores de Frutas Tropicales
- DOP de la Chirimoya de la Costa Tropical de Granada y Málaga



- Frutas Manzano, SL
- Mercomotril, SA
- Rio Verde, SL
- Ferofruit, SL
- PROCAM, SCA
- SAT, TROPS
- Frutas Montosa, SL
- Mesbonsa, SA