Mango y aguacate español buscan su sello de calidad

Cada día se consumen más mangos y aguacates, y no solo en Europa, sino también en España. El consumidor los ha incorporado a su dieta de forma habitual, y además ha aprendido a distinguir la calidad y el sabor de cada origen, y todo ello juega en favor del producto español. El siguiente paso será crear un sello de calidad que avale nuestro producto. Hay empresas que de forma individual ya han incorporado este discurso en sus estrategias promocionales, pero quizás una apuesta conjunta sería el empuje definitivo que el sector de los tropicales españoles necesita.

Por Marga López, periodista agroalimentaria.

El sector de los tropicales bien podríamos considerarlo el de mayor y mejor caso de éxito dentro de nuestra realidad hortofrutícola. La producción española y su comercialización han crecido de forma imparable en los últimos años, pero también las importaciones de países procedentes de Perú o Chile, importaciones necesarias para abastecer la demanda europea. Las empresas exportadoras supieron ver a tiempo que esos orígenes eran complementaros, para asegurar una comercialización constante y continuada a Europa durante todo el año. Todo ello sin renunciar a potenciar la diferenciación con la que el producto español llega a los mercados: su maduración en árbol.

Así hoy tenemos un tejido empresarial fuerte, dinámico, emprendedor, y con ambición por seguir creciendo. Un sector que se concentra principalmente en Málaga y Granada, pero cuyo éxito está haciendo que otras zonas geográficas miren hacia el mango y el aguacate como su tabla de salvación. Producción y superficie en España En 2018, la superficie de aguacate en España

superaba las 11.019 hectáreas, de las cuales, 9.213 hectáreas estaban en Andalucía (6.249 en Málaga, 2.626 en Granada, 309 en Cádiz y 25 en Huelva); 1.453 hectáreas en las Islas Canarias, y 337 Ha. en la Comunidad Valenciana. Comparando estas cifras con las existentes en 2017 (10.856 Hectáreas), la superficie ha aumentado ligeramente, sin embargo lo realmente significativo es que lo está haciendo en otras zonas más allá de la costa de Málaga y Granada. Por ejemplo, en Huelva se apunta que la superficie podría superar en los próximos años las 1.000 hectáreas, mientras en Valencia ronda ya en 2019 las 900 ha.

Según Ava-Asaja, este crecimiento en la Comunidad Valencia viene motivado por los malos resultados que el sector citrícola viene soportando en los últimos años. En este contexto se ha creado la Asociación de Productores de Aguacate (ASOPROA) impulsada por AVA – Asaja, con el objetivo de promover la asociación entre los profesionales como medio para afrontar conjuntamente los retos de futuro en una de las alternativas de cultivo incipiente que está ofreciendo resultados esperanzadores.

Similar situación se vive en Huelva, donde grandes operadores de berries están complementando su oferta con aguacates, realizando importantes inversiones en nuevas y modernas explotaciones que en pocos años estarán listas para su comercialización.

El mango sí tiene más acotada su posible extensión geográfica. Más exigente en cuando a agua y condiciones climáticas, su superficie se concentra en Málaga y Granada, donde se cultivan casi 3.643 hectáreas de las 4.108 hectáreas que existen en España (441 Canarias, 18 Murcia).

Entre 2017 y 2018, la superficie en el conjunto de España ha crecido más de un 11,3%, y las previsiones es de seguir en esta línea de crecimiento. Y es que los grandes productores y comercializadores de mango han encontrado una línea de diferenciación de este producto con respecto al importado, y están dispuesto a explotarlo: la cercanía a los mercados.

A la espera de la entrada en producción de esas nuevas producciones de aguacate de Huelva y Valencia, la producción por el momento sí se mantiene más estable (2017: 92.936 toneladas; 2018: 91.724 t). Sin embargo, la de mango está experimentando importantes crecimientos. En 2017, la producción de mango español se situó en 28.217 toneladas, mientas que en 2018 se superaron las 40.582 t, una cifra récord que sin embargo este año no se repetirá, por la propia vecería del árbol. Según Teresa Rodríguez Muñoz, responsable de la Asesoría Técnica de la Asociación Española de Tropicales, la producción de mango de la costa tropical se situará alrededor de las 20.000 t.

Una reducción importante pero que de igual forma exige al sector productor y comercialización una gestión muy planificada de la misma, pues su campaña apenas se extiende durante dos meses y medios, siendo este uno de los principales hándicap del mango español, la concentración de la producción.

Frente a ello, desde el Instituto de Hortofruticultura Subtropical y Mediterránea La Mayora, dependiente de la Junta de Andalucía, se están llevando a cabo estudios sobre posibles nuevas variedades que permitan extender la producción y comercialización en el tiempo. “Estos estudios son a largo plazo ya que se tendrá que comprobar si sus propiedades organolépticas son las adecuadas para que puedan entrar en mercado”, apunta la responsable técnica de la Asociación Española de Tropicales.

Consumo de aguacate a nivel mundial

Según la WAO, de los países consumidores, **EE.UU es el principal mercado donde más aguacates se consumen,** con unas ventas que sobrepasaron los 1.000 millones de kilos en el 2018 (equivalentes a más de 5 kilos de media por persona al año). En la Unión Europea, segundo mercado de consumo de aguacates, el consumo en 2018 superó los 650 millones de kilos, 140 millones de kilos más que en 2017, es decir, un aumento de un 35% del 2017 al 2018.

En China y otros países asiáticos, el consumo del aguacate está subiendo debido principalmente al crecimiento de las clases medias y a la introducción de nuevos sabores y alimentos en el país. Antes de 2017, el aguacate era una fruta prácticamente desconocida en China, pero en la actualidad ya se consumen 0,1 kilos de aguacate de promedio por persona al año. Aunque esta cifra se queda muy por detrás de los 2 kilos de media por persona al año en Japón, China se presenta como un mercado con un amplio potencial de crecimiento para el aguacate.

Consumo de tropicales en España

Si hace unos años el consumo de aguacate estaba concentrado en la población inmigrante, hoy las frutas tropicales es el segundo grupo más consumido dentro de nuestro país, por detrás de los cítricos, y el único que crece en valor y volumen, junto a las berries, según datos del Panel de Consumo del MAPA, 2019). Sin embargo, queda mucho por hacer.

España, a pesar de ser el único productor europeo de aguacate, tiene un consumo per cápita de apenas 1,2 kilos (ocho aguacates al año de un peso aproximado de 150 gramos cada uno), una cifra aún baja si la comparamos con Francia por ejemplo, donde la ingesta es de 1,8 kg/persona/año. (Datos de la Organización Mundial del Aguacate, en inglés, World Avocado Organization WAO). En el caso del mango, y según un estudio de ASAJA Málaga, su consumo se ha incrementado un 277% en los últimos cinco años y casi se ha triplicado al pasar de 0,21 gramos por habitante en 2014 a 0,58 gramos en 2018.

Son cifras que nos hablan de crecimiento, sin embargo**, niveles de consumo aún bajos**, de ahí que como estrategias comerciales, los principales operadores españoles estén poniendo el foco de atención en el mercado interno, donde aún hay un gran potencial de incremento. Como ejemplo tenemos la ambiciosa campaña de promoción puesta en marcha por TROPS. Estrategias de diferenciación El consumo de mango y aguacate crece tanto en España como en Europa, y esto

está obligando a que cada año importemos más. En 2018 las entradas de aguacate fueron de 129.387 toneladas, un 31,9% más que en 2017; en cuanto al mango, en 2018 fueron de 53.487 t, un 22,7% superiores al año anterior. Es decir, producimos más pero también importamos más. Y es que esas importaciones son necesarias para mantener activas nuestras operaciones comerciales con Europa durante todo el año, y no limitarlas a la campaña española.

En esto **el sector de los tropicales español también ha ido un paso por delante de otros sectores,** al ver en esas importaciones un complemento, pero sin que ello perjudique al producto nacional. ¿Cómo se ha logrado? **Con una clara diferenciación del origen en los etiquetados, poniendo en valor la cercanía del producto español a los mercados europeos** y lo que ello supone en calidad y garantías: un producto madurado en árbol, listo para consumir. Esta está siendo la estrategia diferenciadora del aguacate y el mango español en España y en Europa, y así lo están valorando y premiando los consumidores.

En este sentido, la Viceconsejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, Ana Corredera, remarcaba la necesidad de seguir trabajando en esta línea, en mejorar esa identificación y etiquetado del producto, en la diversificación varietal y en ganar cuota en el mercado interno. Futura IGP En este clima de euforia, son también muchas las voces que apuntan la necesidad de contar con una norma de calidad que preserve ese buen nombre del que hoy gozan los tropicales españoles, pues esa calidad de nuestros productos es esencial para ser una referencia frente al resto de países productores. “Realizamos campañas para que el productor recolecte cuando la fruta está óptima”, apunta Teresa Rodríguez. En este sentido, desde la Asociación Española de Tropicales se marcan como objetivo la creación de una Indicación Geográfica Protegida con el fin de poder establecer esas normas de calidad.