



Informes y Monografías / 39

Análisis de la campaña hortofrutícola de la Región de Murcia

Campaña 2010/2011

Análisis de la campaña hortofrutícola de la Región de Murcia

Campaña 2010/2011

Análisis de la campaña hortofrutícola de la Región de Murcia

Campaña 2010/2011

Los autores agradecen la ayuda prestada en la realización de este trabajo a la Consejería de Agricultura y Agua de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, a la Federación de Cooperativas Agrarias de Murcia (FECOAM), a la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (PROEXPORT), a la Asociación de Productores-Exportadores de Frutas, Uva de Mesa y Otros Productos Agrarios (APOEXPA) y a la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo (AILIMPO).

ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA HORTOFRUTÍCOLA DE MURCIA. CAMPAÑA 2010/2011

© del texto: los autores
© de la edición: Fundación Cajamar

Edita: Fundación Cajamar
Puerta de Purchena, 10. 04001 ALMERÍA
Teléfono: (+34) 902 090 498
fundacion@fundacioncajamar.com

Equipo de trabajo:

Universidad Politécnica de Cartagena

Narciso Arcas Lario (coordinador)
Francisco Alcón Provencio
Erasmus Isidro López Becerra

Fundación Cajamar

Ana Cabrera Sánchez
David Uclés Aguilera

Diseño y maquetación: Beatriz Martínez Belmonte

Imprime: Escobar Impresores, SL. El Ejido (Almería)

Depósito Legal: AL-2924-2007

Fecha de publicación: Mayo 2012

Impreso en España / *Printed in Spain*

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación, así como la edición de su contenido por medio de cualquier proceso reprográfico o fónico, electrónico o mecánico, especialmente imprenta, fotocopia, microfilm, offset o mimeógrafo, sin la previa autorización escrita de los titulares del Copyright.

Índice

1. Introducción	9
2. Evolución de las principales macromagnitudes.....	12
2.1. <i>Renta agraria</i>	12
2.2. <i>Producción de la actividad agraria</i>	12
2.3. <i>Consumos intermedios</i>	15
3. Factores externos que afectan a la renta agraria.....	16
3.1. <i>Condiciones climáticas</i>	16
3.2. <i>Presencia de plagas y enfermedades</i>	19
3.3. <i>Evolución de la demanda nacional</i>	22
3.4. <i>El marco institucional</i>	28
3.4.1. <i>La Organización Mundial del Comercio (OMC)</i>	28
3.4.2. <i>La Política Agraria Común (PAC)</i>	29
3.4.3. <i>Acuerdos preferenciales de la UE con terceros países</i> ...	37
3.4.4. <i>Seguridad y calidad alimentaria</i>	40
4. Factores que afectan a los costes de producción	44
4.1. <i>Mano de obra</i>	44
4.2. <i>Productos fitosanitarios</i>	48
4.3. <i>Fertilizantes</i>	49
4.4. <i>Agua</i>	52
4.5. <i>Energía y transporte</i>	55
4.6. <i>Costes financieros</i>	57

4.7. Otros costes.....	58
4.7.1. Semillas y plantones	58
4.7.2. Conservación y reparación de maquinaria y edificios.....	60
5. Factores que afectan a los ingresos	62
5.1. Evolución de la superficie de cultivo.....	62
5.2. Evolución de la producción agrícola.....	67
5.3. Evolución de los precios	70
6. Comercio exterior.....	77
6.1. Evolución de las exportaciones	77
6.1.1. Análisis por productos	77
6.1.2. Análisis por meses	81
6.1.3. Análisis por destino.....	85
6.2. Principales competidores	95
6.3. Evolución de las importaciones	123
7. Conclusiones.....	128
Referencias bibliográficas y fuentes de información.....	136
Anexo A. Distribución mensual de las exportaciones por productos...	138
Anexo B. Evolución del Panel de Consumo Alimentario del MAGRAMA ...	146
Índice de gráficas y tablas	152

1. Introducción

En el actual contexto de incertidumbre y crisis económica que tan negativamente afecta al acceso de las empresas al crédito y a la demanda de sus productos, una campaña más, el sector agrario murciano continúa siendo un importante motor de la economía, máxime ante el deterioro experimentado por otros sectores, especialmente la construcción y el *cluster* industrial y de servicios constituido a su alrededor.

Según los últimos avances del Instituto Nacional de Estadística, la agricultura y ganadería murciana contribuyeron con el 4,58% al PIB regional de 2010 y con el 8,12% al total del empleo generado en 2009, lo que supone casi el doble de los valores correspondientes a la media nacional (2,45% en el caso del PIB y 4,37% en el del empleo). Esta circunstancia también se verifica al comprobar que, en 2011, el valor de las aportaciones de la agricultura y ganadería murciana a la española fue del 4,80%, casi el doble de su contribución al PIB nacional, estimado en el 2,57%, cifras que ponen de relieve la clara especialización relativa de la Región de Murcia en el sector agrario.

Por otra parte, más allá de su contribución al PIB regional y a la generación de empleo, la importancia socioeconómica del sector agrario murciano se ve incrementada intensamente por los efectos inducidos que ejerce sobre otras actividades, con una elevada dependencia del mismo, y por su amplia distribución territorial, lo que le confieren un marcado carácter estratégico.

Entre estas actividades destacan las desarrolladas por la industria alimentaria, a la que abastece de materias primas, y por el numeroso entramado de empresas auxiliares que sobrevive de las relaciones comerciales que mantiene tanto con las empresas agrarias como alimentarias. Tal es el caso de las empresas de servicios (transporte, finanzas, informática, comercialización, mantenimiento, asesoramiento, etc.) y las que les dotan de las construcciones (edificios agrícolas y agroindustriales, embalses, caminos, invernaderos, etc.); maquinaria (agrícola y agroindustrial), instalaciones (de riego, eléctricas, frigoríficas, calefacción, etc.) e insumos (semillas, energía y lubricantes, plásticos, fertilizantes, plaguicidas, productos veterinarios y químicos, piensos, envases y embalajes, etc.), necesarios para el normal desarrollo de su actividad. De aquí el consenso existente en torno al carácter estratégico de este sector para la economía murciana.

Además, el sector está adquiriendo un papel cada vez más relevante en la satisfacción de otras demandas de la sociedad, más allá de las alimenticias. Entre ellas se encuentran las relacionadas con la conservación del paisaje y del medioambiente o la cohesión social y territorial. Asimismo, se encuentra ampliamente distribuido por toda la Región, generando diversos entornos espaciales especializados. Por todo ello, se trata de un sector fundamental para el desarrollo sostenible de la Región de Murcia y, en definitiva, para mejorar el bienestar de su población.

El sector mantiene una alta especialización en la agricultura, de forma que, en 2011, su aportación al valor de la producción agraria de la Región de Murcia (69,03%) supone más del doble que la contribución de la ganadería (28,82%). Además, la mayor parte de la agricultura está basada en el regadío, fundamentalmente de cultivos hortofrutícolas. De esta forma, en 2011, con una extensión del 33,95% (187.064 hectáreas) del total de la superficie de cultivo (550.948 hectáreas), el regadío aportó el 94,40% del valor de la producción vegetal. En cambio, el 66,05% de la superficie restante, que corresponde al secano, sólo proporcionó el 5,60%, destacando los cultivos de cereal, viña y olivo.

Es precisamente el regadío el causante de la alta competitividad de la agricultura murciana, característica que le permite ofrecer una elevada vocación exportadora y, por lo tanto, obtener la mayor parte de sus ingresos en el mercado. De hecho, en 2011, las ayudas de la Política Agraria Común (PAC) tan sólo representaron el 8,6% de sus ingresos. Por ello, aunque también le afectan, no está demasiado expuesta a los actuales cambios de la PAC, al contrario de lo que sucede con las incertidumbres y riesgos asociados a la globalización de los mercados.

Por ello también el elevado nivel competitivo alcanzado por la agricultura murciana de regadío se encuentra cada vez con mayores retos que afrontar. Así, al problema endémico asociado a la escasez de agua, se unen la creciente competencia internacional y el enorme desequilibrio de poder a favor de la denominada gran distribución. Este último factor eleva los requisitos a cumplir por los productos, incrementa los costes para su obtención y presiona sus precios de venta a la baja.

La acción conjunta de todos estos acontecimientos se traduce en una alta dependencia de la rentabilidad de la actividad agraria del comportamiento de los precios, tanto de los factores productivos como de los productos comercializados. De esta manera, en 2011, el descenso de los precios de venta (-6,73% de promedio), unido al incremento

experimentado por los precios de los *inputs*, han provocado, según datos provisionales facilitados por la Consejería de Agricultura y Agua, que la renta agraria de la Región de Murcia descendiera en un 11,39% con respecto al año anterior. Esta situación contrasta con el incremento que se registró en 2010 (7,35%).

Bajo las circunstancias que se acaban de exponer, el presente trabajo tiene como objetivo analizar la última campaña hortofrutícola de la Región de Murcia. Para ello, en los siguientes epígrafes se describen las principales magnitudes del sector para la campaña 2010/2011 y los factores que las explican, entre los que figuran:

- Factores externos que afectan a la renta agraria (condiciones climáticas, presencia de plagas y enfermedades, evolución de la demanda y marco institucional).
- Factores que afectan a los costes de producción (mano de obra, productos fitosanitarios, fertilizantes, agua, energía y transporte, y costes financieros).
- Factores que afectan a los ingresos (superficie de cultivo, producción agrícola y evolución de los precios).
- El comportamiento del comercio exterior.

Por otra parte, el marcado protagonismo que las frutas y hortalizas tienen en la producción agraria murciana, y especialmente en la producción vegetal, a las que en 2011 aportaron en torno al 64% y 94% del valor, respectivamente, hace que el estudio de los referidos factores se circunscriba al sector hortofrutícola.

2. Evolución de las principales macromagnitudes

2.1. Renta agraria

La estimación de la renta agraria de la Región de Murcia en términos corrientes para el año 2011 es de 931,76 millones de euros, lo que supone un descenso del 11,39% respecto al año anterior (Tabla 1). Este deterioro de la renta invierte la tendencia del ejercicio precedente, en el que experimentó un importante incremento (7,35%), y supone un descenso más acusado que el registrado en el conjunto nacional, donde cosechó una caída del 4,50%.

Este importante descenso de la renta agraria en 2011 respecto al año anterior se debe al efecto conjunto del descenso de la producción agraria (-5,10%) y del incremento de los consumos intermedios (5,64%). El deterioro del valor de la producción agraria (-5,10%), debido al fuerte descenso de la producción vegetal (-9,94%), ha sido ligeramente amortiguado por el incremento de la producción ganadera (8,35%). En cuanto a los consumos intermedios, el incremento de su valor (5,64%), a pesar del descenso experimentado por semillas y plantones (-8,05%), se debe, un año más, a la fuerte subida del valor de energía y lubricantes (23,80%).

2.2. Producción de la actividad agraria

Al igual que en España, un año más, la nota que caracteriza al sector agrario de la Región de Murcia es el predominio de la agricultura sobre la ganadería, aunque de forma más acusada que en el conjunto nacional. Así, en 2011, el 69,03% del total de la producción agraria corresponde al valor generado por la producción vegetal, mientras que la ganadería aporta el 28,82%.

De entre todos los productos de la rama agraria destacan por su valor la producción de hortalizas, plantas y flores (37,74%), seguida de la de frutas (26,61%) y el ganado porcino (20,55%). A mayor distancia aparecen las aves (2,59%), el ovino y caprino (2,38%), y la leche (1,62%).

Como se observa en la Tabla 1, el descenso del valor de la actividad agraria (-5,10%) se ha debido a la caída de la producción vegetal (-9,94%) que no ha podido ser compensada con la evolución positiva de la producción animal (8,35%). La evolución en las cantidades ha sido

ligeramente positiva tanto para la producción vegetal (1,83%) como para la ganadera (1,54%). En cambio, el comportamiento negativo de los precios de la producción vegetal (-11,60%) contrasta con la subida experimentada por la producción animal (6,71%).

Tabla 1. Evolución de las macromagnitudes agrarias en 2011 (datos provisionales: 4ª estimación 08/03/2012). En valores corrientes

Concepto	2010 valores mill. €	Variación 2011/2010 (%)			2011 valores mill. €	Estructura %
		Cantidad	Precio	Valor		
A. Producción agraria	1.960,98	1,74	-6,73	-5,10	1.860,97	100,00
A.1. Producción vegetal	1.426,55	1,83	-11,60	-9,94	1.284,71	69,03
1. Cereales	11,46	-5,01	21,84	15,74	13,26	0,71
2. Plantas industriales	8,44	15,79	6,47	23,28	10,40	0,56
3. Plantas forrajeras	0,38	-3,68	18,60	14,24	0,43	0,02
4. Hortalizas, plantas y flores	832,25	-0,11	-16,31	-16,50	694,96	37,34
5. Patatas	15,97	29,51	1,78	31,82	21,04	1,13
6. Frutas	505,85	5,44	-7,24	-2,09	495,29	26,61
7. Vino y mosto	2,97	-3,64	18,97	14,64	3,41	0,18
8. Aceite de oliva	3,88	6,00	-5,10	0,59	3,90	0,21
9. Otros vegetales	45,35	-13,28	6,80	-7,38	42,00	2,26
A.2. Producción animal	494,99	1,54	6,71	8,35	536,31	28,82
A.2.1 Carne y ganado	453,43	1,58	7,05	8,75	493,09	26,50
1. Vacuno	8,10	-15,59	6,56	-10,05	7,28	0,39
2. Porcino	343,12	2,36	8,91	11,48	382,51	20,55
3. Equino	0,67	54,10	7,90	66,27	1,11	0,06
4. Ovino y caprino	47,26	-4,90	-1,32	-6,16	44,35	2,38
5. Aves	46,49	3,60	0,00	3,60	48,16	2,59
6. Otros animales	7,80	8,00	14,80	23,98	9,67	0,52
A.2.2. Producción origen animal	41,55	1,07	2,92	4,02	43,22	2,32
1. Leche	29,59	1,50	0,43	1,94	30,16	1,62
2. Huevos	7,94	0,00	14,05	14,05	9,06	0,49
3. Lana en bruto	0,11	0,00	-0,50	-0,50	0,11	0,01
4. Otros productos animales	3,92	0,00	-0,50	-0,50	3,90	0,21
A.3. Servicios de la agricultura	22,60	1,70	-0,90	0,78	22,78	1,22
A.4. Actividades 2ª no agrarias	16,84	0,00	2,00	2,00	17,17	0,92

Tabla 1 (cont.). Evolución de las macromagnitudes agrarias 2011 (datos provisionales: 4ª estimación 08/03/2012). En valores corrientes

Concepto	2010 valores mill. €	Variación 2011/2010 (%)			2011 valores mill. €	Estructura %
		Cantidad	Precio	Valor		
1. Semillas y plantones	31,89	-0,70	-7,40	-8,05	29,32	1,58
2. Energía; lubricantes	136,89	5,00	17,90	23,80	169,46	9,11
3. Fertilizantes y enmiendas	83,19	18,60	-15,20	0,57	83,67	4,50
4. Productos fitosanitarios	75,00	0,50	0,30	0,80	75,61	4,06
5. Gastos veterinarios	16,36	0,50	2,80	3,31	16,90	0,91
6. Piensos	243,13	0,30	2,20	2,51	249,22	13,39
7. Mantenimiento de material	22,92	-1,40	0,50	-0,91	22,71	1,22
8. Mantenimiento de los edificios	17,46	0,00	1,80	1,80	17,77	0,95
9. Servicios agrícolas	40,27	1,70	5,00	6,79	43,00	2,31
10. Otros bienes y servicios	216,61	-0,30	4,60	4,29	225,89	12,14
C (a-b) valor añadido bruto	1.077,25			-13,91	927,40	49,83
D. Amortizaciones	158,11			3,30	163,33	8,78
E (c-d) valor añadido neto	919,14			-16,87	764,07	41,06
F. Otras subvenciones	149,10			20,10	179,07	9,62
G. Otros impuestos	10,25			11,02	11,38	0,61
H (e+f-g) renta agraria	1.057,99			-11,39	931,76	50,07

Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia.

El fuerte descenso del valor de la producción vegetal que se ha producido en 2011, a pesar del ligero incremento de las cantidades, viene motivado por el importante recorte de los precios. Los mayores incrementos en las cantidades producidas se han registrado en patatas (29,51%) y plantas industriales (15,79%) y, en menor medida, en aceite de oliva (6,00%) y frutas (5,44%). En cambio, las cantidades han permanecido casi estables en hortalizas, plantas y flores (0,11%) y han descendido ligeramente en cereales (-5,01%), plantas forrajeras (-3,68%), y vino y mosto (-3,64%). Por su parte, los precios, si bien han experimentado incrementos importantes en productos de escasa relevancia en valor, como es el caso de cereales (21,84%), vino y mosto (18,97%) y plantas forrajeras (18,60%), han sufrido un fuerte retroceso en los principales productos regionales, destacando las bajadas sufridas por las hortalizas (-16,31%) y, en menor medida, por las frutas (-7,24%).

En cuanto al valor de la producción animal, a su incremento ha contribuido la evolución favorable de los precios de casi todos los productos, excepto los de aves, que han permanecido estables, y los de ovino y caprino que han bajado el 1,32%. Los mayores incrementos del precio corresponden a los huevos (14,05%), seguidos del porcino (8,91%), equino (7,90%) y vacuno (6,56%). En cambio, las cantidades han permanecido casi constantes (1,54%), pues los descensos experimentados por el vacuno (-15,59%) y ovino y caprino (-4,90%) han sido compensados por los incrementos del ganado equino (54,10%), aves (3,60%) y porcino (2,36%). Como resultado de la evolución conjunta de cantidades y precios, el equino ha sido el ganado que mayor incremento ha experimentado en valor (66,27%), seguido del porcino (11,48%) y aves (3,60%). En cambio, ovino y caprino y, sobre todo, vacuno son las especies ganaderas con mayores descensos en su valor, estimados en el -6,16% y -10,05%, respectivamente.

2.3. Consumos intermedios

En 2011, al igual que sucedía el año anterior, se estima que los medios de producción han experimentado incrementos tanto en cantidad (2,60%) como en precios (3,16%) y, por lo tanto, en valor (5,64%). Entre los principales componentes que registran aumentos en cantidad destacan energía y lubricantes (5,00%) y, especialmente, fertilizantes y enmiendas (18,60%). Con respecto a los precios, los ascensos más acusados corresponden, un año más, a energía y lubricantes (17,90%), servicios agrícolas (5,00%), gastos veterinarios (2,80) y piensos (2,20%). En cambio, fertilizantes y enmiendas, y semillas y plantones registraron importantes descensos, cifrados en -15,20% y -7,40%, respectivamente.

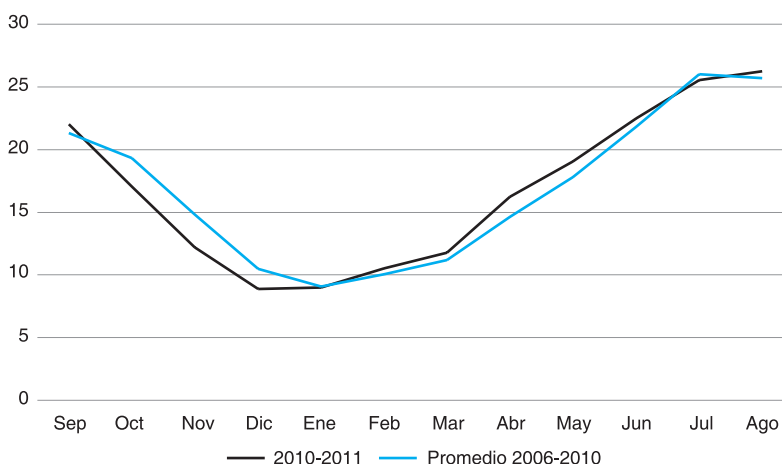
3. Factores externos que afectan a la renta agraria

3.1. Condiciones climáticas

La climatología es uno de los factores externos que más incidencia tiene sobre el correcto desarrollo de los cultivos y con menor capacidad de control por parte de los agricultores. Las temperaturas, las precipitaciones, la humedad relativa y el número de horas de sol afectan de forma directa al crecimiento de las plantaciones, a la presencia de plagas y enfermedades y, en definitiva, a los rendimientos de los cultivos y la calidad comercial de los productos obtenidos.

Las temperaturas durante la campaña 2010-2011 han sido ligeramente inferiores a la media de los últimos cinco años. Si bien el otoño y el invierno fueron ligeramente más fríos, durante la primavera y el verano de 2011 las temperaturas no han sido diferentes a la media de los últimos años (Gráfico 1). Con respecto a la campaña 2009-2010, la evolución de las temperaturas ha sido similar al histórico analizado. Otoño e invierno se han mostrado más fríos, la primavera ha sido más cálida y el verano se ha mostrado igual de caluroso que en la campaña anterior.

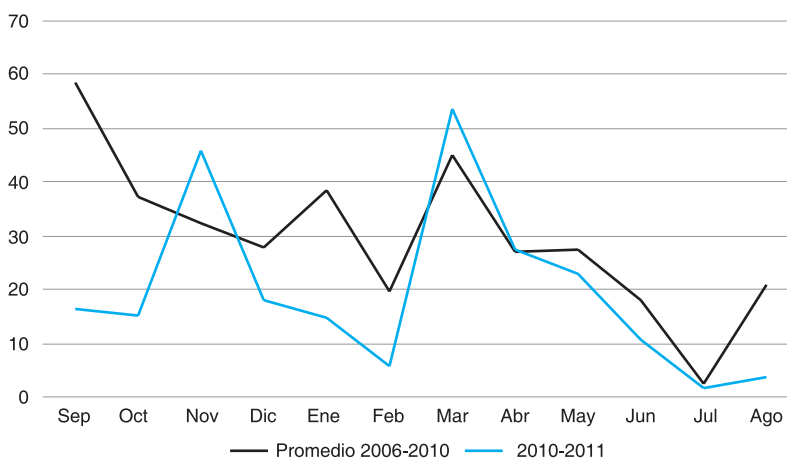
Gráfico 1. Temperaturas medias. En °C



Fuente: Sistema de Información Agraria de Murcia (SIAM) (2012).

A lo largo de ésta, las precipitaciones han vuelto a sus valores más frecuentes, terminándose así un periodo de abundantes lluvias en España, en general, y en la Región de Murcia, en particular. Las precipitaciones han vuelto a sus valores medios, 235,3 L/m², siendo este valor el más bajo de las últimas cinco campañas. Dado que las precipitaciones medias de la campaña 2008-2009 ascendieron a 345 L/m², y las de la campaña 2009-2010 alcanzaron valores de 480 L/m². Los valores medios del periodo 2006-2010 han sido superiores a las precipitaciones acontecidas durante todo el año, excepto en los meses de noviembre y marzo, donde las precipitaciones de la campaña fueron ligeramente superiores. Como se aprecia en el Gráfico 2, estas diferencias han sido más notables en los meses de otoño-invierno, excepto noviembre, dado que las precipitaciones de otoño, muy frecuentes en la zona, han sido escasas y muy inferiores a lo habitual. Cabe destacar que las lluvias del mes de marzo tuvieron una considerable incidencia sobre los cultivos, dado que al incrementarse la humedad relativa se produjeron daños en frutales tempranos (nectarina y paraguayo) a causa del rajado y la proliferación de enfermedades fúngicas.

Gráfico 2. Precipitaciones medias. En mm

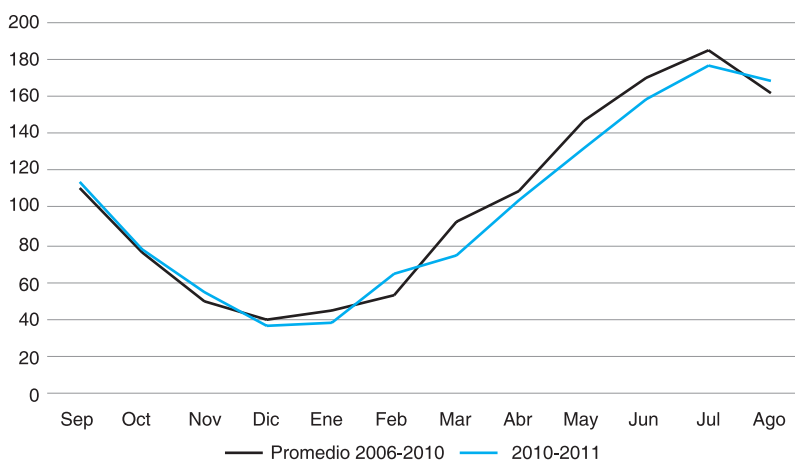


Fuente: Sistema de Información Agraria de Murcia (SIAM) (2012).

Como es bien conocido por los agricultores de la Región de Murcia, el Servicio de Información Agraria (SIAM, 2012) proporciona información climatológica y agronómica que sirve de apoyo en la programación del riego y el abonado. A través de este servicio es posible obtener información relativa a la evapotranspiración de referencia de los cultivos y a las necesidades hídricas de los mismos. Según este servicio, la evapotranspiración de referencia para la campaña 2010/2011, estimada por el método de Penman Monteith, sugerido por la FAO, ascendió a 1.201 mm/año, valor muy similar al alcanzado en la campaña anterior pero un 3% inferior a la media de las últimas 5 campañas. Esta circunstancia se produjo durante la mayoría de los meses de la campaña 2010/2011, excepto en otoño de 2010 y febrero de 2011 (Gráfico 3).

Al contrario de lo ocurrido en la campaña pasada, durante la de 2010/2011 no se han producido heladas de importancia. Sin embargo, desde el punto de vista climatológico y su afección sobre los cultivos de la Región cabe destacar la caída de granizo en las zonas agrícolas durante los meses de abril, mayo y agosto. Este fenómeno ha ocasionado numerosos daños en hortalizas y frutales que han repercutido tanto en las cantidades producidas como en la calidad de los productos en algunos momentos.

Gráfico 3. ET0 según Penman Monteith-FAO (2010/2011). En mm



Fuente: Sistema de Información Agraria de Murcia (SIAM) (2012).

El granizo caído el 23 de abril se concentró en la zona centro y noroeste de la Región, afectando a los cultivos de Cieza, Mula y Jumilla. Este fenómeno produjo daños sobre todo en frutales, con una incidencia económica considerable dado que afectó en mayor cuantía a las variedades de fruta temprana que suelen tener un mayor valor en el mercado. Además, hubo algunas plantaciones hortícolas, principalmente de lechuga y brócoli, que también se vieron afectadas.

El 7 de mayo de 2011 aconteció un nuevo episodio de granizo con mayor virulencia sobre las zonas de cultivo, dado que afectó a la mayoría de los municipios de la Vega Media del Segura, a los del Bajo Guadalentín y a los del Altiplano. Los daños causados afectaron a una mayor variedad de cultivos dado que, además de a los frutales típicos de estas comarcas, también se registraron daños sobre la uva, tanto de vinificación como de mesa, los cítricos y algunas hortalizas como el melón.

En términos generales, los cultivos que sufrieron unos mayores daños a causa de estas tormentas de granizo fueron, por orden de importancia en términos de producción y empleos perdidos, el melocotón, el albaricoque, la nectarina y la uva de mesa.

A finales del verano, el 29 de agosto, se produjo un nuevo episodio de granizo en la región que afectó principalmente a los cultivos de las comarcas del Noroeste y del Río Mula. Debido a la fecha en la que se produjo la tormenta de granizo, los cultivos que sufrieron mayores daños fueron el almendro, el viñedo y el olivar. Según la Consejería de Agricultura y Agua, los daños afectaron a 5.200 hectáreas, estimándose las pérdidas en 4,7 millones de euros.

Estas condiciones climatológicas han favorecido los rendimientos de los cultivos en aquellas zonas que no se han visto afectadas por las incidencias climatológicas. No obstante, el granizo ha mermado las producciones de algunas hortalizas y de numerosos frutales.

3.2. Presencia de plagas y enfermedades

El control fitosanitario de los cultivos continúa marcado por dos objetivos enfrentados: la seguridad alimentaria y la obtención de cosechas libres de daños. Debido a la creciente preocupación por el primer objetivo, la Unión Europea está imponiendo unas restricciones legales cada

día mayores que dificultan el registro de productos fitosanitarios para cultivos minoritarios en Europa, pero muy importantes en Murcia, como es el caso de las frutas y hortalizas.

Ante esta situación, en la actualidad cobra mayor relevancia la integración de diferentes estrategias en el manejo de plagas, que con una visión más global de la problemática, pretende producir cultivos sanos y de calidad reduciendo el control químico e incrementando el uso de las medidas de higiene y prevención disponibles, como las barreras físicas (para cultivos protegidos), la utilización de variedades resistentes y el control biológico.

El incremento de agricultores que realizan un control integrado de plagas, acompañado de una climatología poco propicia para el desarrollo de éstas, ha propiciado que los daños producidos por patógenos en frutales durante la campaña agrícola hayan sido escasos. En el cultivo del melocotón y nectarina apenas si han existido problemas patológicos exceptuando las podredumbres en época de recolección de las variedades tempranas, pero éstas estaban relacionadas con las precipitaciones. En almendro se han producido ataques de mancha ocre, gusano cabezudo y barrenillo que han provocado que se duplique la tasa de reposición de la campaña pasada. La pera, que generalmente sufre manchas en el fruto a causa de la *Psila*, no ha presentado daños reseñables de manchado en casi ninguna parcela. Las demás plagas y enfermedades de los cultivos frutales se han controlado sin excesiva dificultad. En uva de mesa, a pesar de que las feromonas de confusión para la polilla del racimo no han sido subvencionadas durante esta campaña, no se ha apreciado especial incidencia de esta plaga dado que los agricultores han continuado con el sistema de trampeo. En albaricoque han aparecido algunos frutos dañados a causa de la viruela.

La mosca de la fruta, que generalmente tiene una fuerte incidencia en los frutales y en los cítricos, ha sido controlada con normalidad, así como el piojo rojo y el de california. Los daños por los hongos como el *oidio* y el *mildiu* han sido escasos debido a las reducidas precipitaciones y los tratamientos preventivos en cultivos de alto valor añadido como la uva de mesa, si bien cabe destacar la incidencia del melazo en este cultivo debido a la cochinilla (*Planococcus citri*).

En los cultivos hortícolas, el control de plagas y enfermedades ha resultado ser menos complejo y costoso que la campaña pasada. En sandía, se han controlado de forma apropiada las incidencias de araña,

orugas, *mildiu* y *oidio*. En melón, tanto amarillo como verde, cuando el sistema de cultivo ha sido el tradicional las plagas y enfermedades se han controlado de forma adecuada, pero en el cultivo ecológico los ataques de pulgón han sido considerables. El cultivo de la cebolla sigue sufriendo los daños que ocasiona *mildiu*, a los que se le han incorporado este año los daños generados por la pudrición de raíces. La lechuga se ha visto afectada por problemas con *botrytis*, *mildiu*, *esclerotinia* y *costilla rosada* durante los meses de otoño-invierno. Además, se empiezan a encontrar ciertas deficiencias entre las variedades resistentes al ataque del pulgón. La variedad *little-gem* sufrió daños por la actuación de *Stemfilium*. En pimiento destacan los ataques puntuales de pulgón en el cultivo ecológico e incidencia del virus del bronceado en determinadas explotaciones durante los meses de verano. También han aparecido problemas de *botritis* hasta el mes de abril y principios de mayo debido a la humedad provocada por la lluvia y los días nublados, siendo la incidencia menor a la de la campaña anterior. En cuanto a las contrariedades por los ataques de lepidópteros, el uso de feromonas de confusión sexual ha facilitado el control de estas plagas.

La polilla del tomate (*tuta absoluta*), que tantos daños ocasionó hace dos campañas, se ha centrado en focos localizados que se han podido controlar de forma adecuada. En cuanto al brócoli, se identificaron algunos ataques de orugas de lepidópteros al comienzo de la campaña. Sin embargo, cabe destacar la aparición de daños ocasionados de forma novedosa por la mosca blanca de las *brassicas*, para cuyo tratamiento no existen productos fitosanitarios autorizados. El cultivo de apio se ha desarrollado sin aparentes problemas sanitarios y el de la alcachofa se vio ligeramente afectado a principios de campaña por el pulgón y la roya, sin excesivos ataques de taladro.

La transposición parcial de la Directiva 2009/128/CE, de 21 de octubre de 2009, de Uso Sostenible de los Productos Fitosanitarios, a la legislación nacional ha comenzado por la promulgación del Real Decreto 1702/2011, de 18 de noviembre, de inspecciones periódicas de los equipos de aplicación de productos fitosanitarios. Mediante este Real Decreto se traspone a nuestro ordenamiento jurídico el artículo 8 y el Anexo II de la citada Directiva, que establece que para prevenir estos riesgos es necesario, entre otros requerimientos, utilizar equipos de aplicación de productos fitosanitarios que funcionen correctamente, garantizando la exactitud en la distribución y dosificación del producto, así como la no existencia de fugas en el llenado, vaciado y mantenimiento.

Se consideran objeto de inspección:

- a) Equipos móviles de aplicación de productos fitosanitarios, inscritos en el Registro Oficial de Maquinaria Agrícola (ROMA) y utilizados en la producción primaria, agrícola y forestal, así como los equipos utilizados en otros usos profesionales, y que correspondan a algunos de los siguientes géneros de máquinas:
 - Pulverizadores hidráulicos (de barras o pistolas de pulverización).
 - Pulverizadores hidroneumáticos.
 - Pulverizadores neumáticos.
 - Pulverizadores centrífugos.
 - Espolvoreadores.
- b) Equipos de aplicación montados a bordo de aeronaves, que deberán disponer de la mejor tecnología disponible para reducir la deriva de la pulverización.
- c) Equipos instalados en el interior de invernaderos u otros locales cerrados.

Considerando la protección del medio ambiente, en concurrencia con la de la salud y la de la protección de los usuarios de los equipos, el Real Decreto establece un régimen de autorización para las estaciones que realicen las inspecciones técnicas de los equipos de aplicación de productos fitosanitarios (ITEAF). Con el fin de que dichas inspecciones sean desarrolladas por personal con la formación suficiente para ejercer sus responsabilidades, es necesario que tanto los directores como los inspectores de las estaciones de ensayo dispongan de un nivel académico previo vinculado a las funciones que han de desarrollar, cuyos criterios vienen definidos en el Anexo IV del Real Decreto.

3.3. Evolución de la demanda nacional

La situación de crisis que lleva azotando a la economía nacional durante los últimos años ha incidido finalmente sobre el consumo de frutas y hortalizas frescas. Según el Panel de Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), el consumo de frutas en los hogares se redujo un 2,35%, mientras que el

de hortalizas lo hizo en un 0,92%. Dentro de las frutas, el mayor impacto lo recibieron los cítricos, cuyos consumos cayeron drásticamente, un 8,24% en el caso de las naranjas y un 4,20% en el de las mandarinas. La fruta de hueso y las de cultivo hortícola (melón y sandía), por el contrario, incrementaron su consumo. En el ámbito de las hortalizas, el descenso de las cantidades ha sido menor, aunque en el caso de lechugas y endivias se ha elevado hasta el 5,93% (Tabla 2).

En cuanto al valor del consumo en los hogares, la reducción general de precios (columna del precio aparente) justifica los descensos generalizados de los mismos. De hecho, sólo melocotones y sandías habrían aumentado el valor del consumo familiar, de entre el conjunto de productos analizados por el Panel de Consumo, y sólo los pimientos habrían sido vendidos más caros, aunque la menor cantidad demanda no compensó lo suficiente como para incrementar el valor de las compras. Los mayores retrocesos en los precios aparentes pagados por las familias se produjeron en melón (-11,61%) naranjas (-7,92%) y tomates (-7,88%). Por su parte, las reducciones mayores del gasto familiar se han producido en naranjas (-15,51%), mandarinas (-9,85%), lechuga/endivias (-9,07%) y melón (-7,54%).

Tabla 2. Evolución del consumo de frutas y hortalizas frescas en los hogares españoles (campaña 2011/2012). En porcentaje

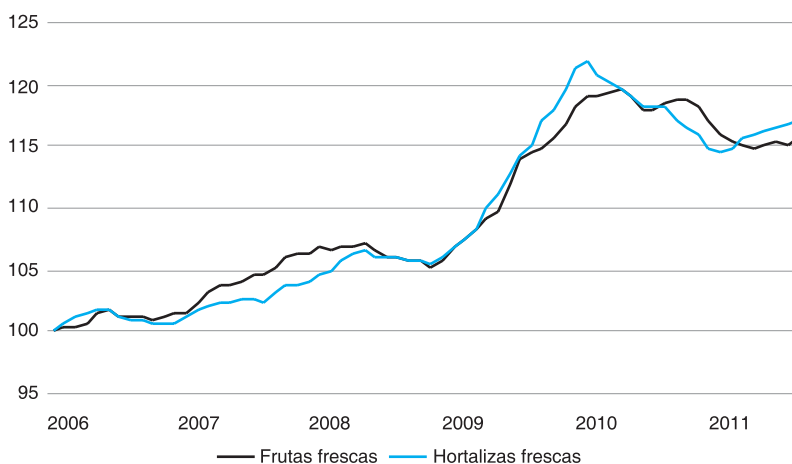
Producto	% Var. respecto a la campaña precedente			% Var. respecto a promedio 3 campañas anteriores		
	Toneladas	Miles de euros	Precio aparente	Toneladas	Miles de euros	Precio aparente
Naranja	-8,24	-15,51	-7,92	-4,31	-5,85	-1,49
Mandarina	-4,20	-9,85	-5,90	0,09	-1,52	-1,49
Limón	0,81	-5,59	-6,35	1,27	-0,60	-1,84
Melocotón	9,07	2,64	-5,90	5,69	2,93	-2,68
Albaricoque	1,97	-2,26	-4,14	-2,56	-2,37	0,03
Melón	4,61	-7,54	-11,61	1,51	-3,57	-5,10
Sandía	4,72	2,61	-2,02	1,68	3,94	2,17
Uva	1,28	-1,28	-2,53	4,29	3,61	-0,61
Frutas frescas	-2,35	-3,46	-1,14	-0,44	-0,59	-0,14
Tomate	3,31	-4,83	-7,88	3,75	-0,69	-4,32
Lechuga/endivia	-5,93	-9,07	-3,34	-4,44	-5,81	-1,41
Pimiento	-4,58	-3,87	0,74	-1,88	-1,75	0,13
Hortalizas frescas	-0,92	-2,39	-1,49	0,29	0,02	-0,25

Fuente: Panel de Consumo Alimentario del MAGRAMA (2012a). Elaboración propia.

Puestas estas variaciones en una perspectiva temporal más amplia, en una comparación con el promedio de las tres campañas anteriores, los resultados son algo más moderados. En general, se mantiene la tendencia mayoritaria a la reducción de los precios de compra, pero se produce una estabilización del gasto total. Esta estabilización es consecuencia de una ligera reducción del gasto en las frutas (-0,59%), mientras el de las hortalizas experimenta un pequeño aumento de apenas el 0,02%.

Desde el punto de vista del largo plazo, la fuerte tendencia ascendente que tenía el consumo familiar de frutas y hortalizas hasta finales de 2009 se vio bruscamente truncada en los inicios de 2010 (Gráfico 4). Durante ese ejercicio, las reducciones fueron continuas, más en hortalizas que en frutas. El siguiente comienzo de año vino a coincidir con un nuevo cambio de tendencia: el consumo de hortalizas se recuperó levemente, mientras que el de frutas se mantenía en torno a los mismos niveles.

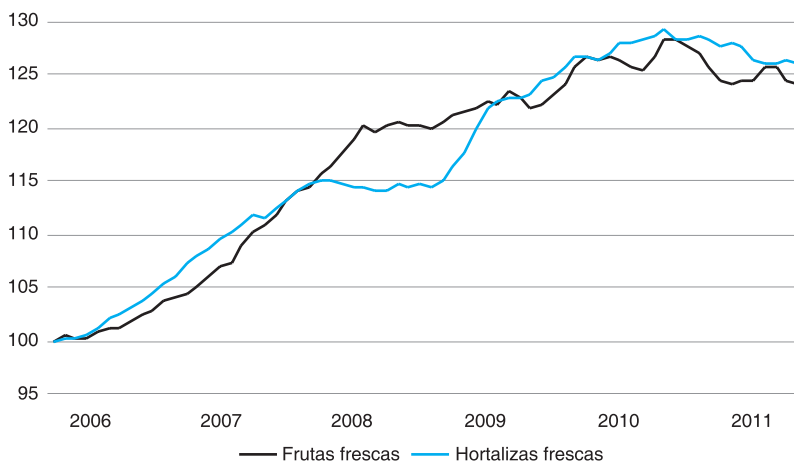
Gráfico 4. Evolución del consumo de frutas y hortalizas frescas en los hogares españoles en cantidad (2006-2011). Índice media de 2006=100



Fuente: Panel de Consumo Alimentario del MAGRAMA (2012a). Elaboración propia.

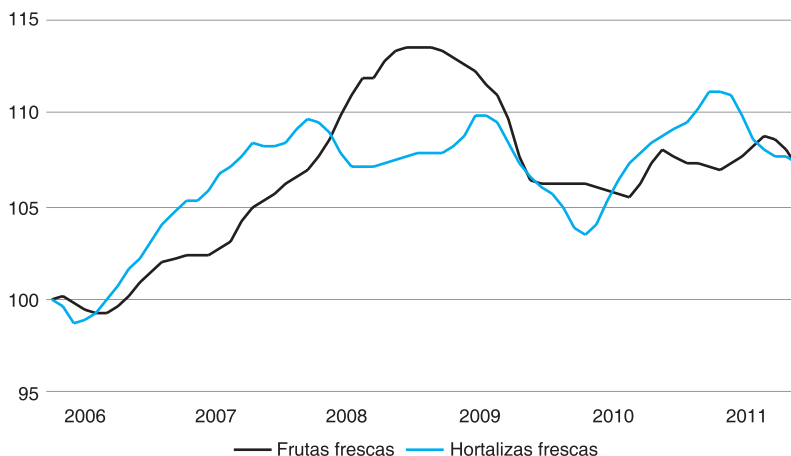
A pesar de que las cantidades consumidas comenzaron a decaer ya a principios de 2010, el gasto total dedicado a las partidas de frutas y hortalizas por las familias siguió aumentando hasta finales de ese ejercicio (Gráfico 5). A partir de ese momento comenzó a decrecer también el valor, manteniéndose ese comportamiento hasta el final de la campaña. La clave de este comportamiento, obviamente, está en los precios que habían estado reduciéndose para mantener el crecimiento del consumo y justo en los primeros meses de 2010 volvieron a crecer (Gráfico 6). La recuperación posterior de las cantidades a partir de 2011 estaría relacionada entonces con un nuevo descenso de los precios. En el caso de las hortalizas los movimientos de los precios son más amplios que en el de las frutas frescas, en las cuales, además, el movimiento de caída final de los precios se produce con unos meses de retraso.

Gráfico 5. Evolución del consumo de frutas y hortalizas frescas en los hogares españoles en valor (2006-2011). Índice media de 2006=100



Fuente: Panel de Consumo Alimentario del MAGRAMA (2012a). Elaboración propia.

Gráfico 6. Evolución de los precios aparentes pagados de las frutas y hortalizas frescas consumidas por los hogares españoles (2006-2011). Índice media de 2006=100



Fuente: Panel de Consumo Alimentario del MAGRAMA (2012a). Elaboración propia.

En cualquier caso, y volviendo a los datos aportados por la Tabla 2, parece claro que, excepto en el caso de los cítricos y de algunas hortalizas, los aumentos de las cantidades consumidas conviven con descensos de los precios. La disminución del volumen de ventas de naranjas y mandarinas posiblemente esté más relacionada con la dilución de los miedos a la gripe A que contribuyeron a aumentar los niveles de consumo en el pasado; mientras que en el resto de productos no parece que existan motivos ajenos al propio mercado.

Estos descensos de precios, al margen de los vaivenes que suelen producirse en la oferta agraria podrían guardar relación con la estrategia de los establecimientos de la gran distribución de vender ciertos productos a precios muy bajos (incluso a pérdida), con el objetivo de atraer público a sus salas de ventas. En cualquier caso lo que sí es evidente es que la debilidad de la demanda nacional se ha trasladado también al consumo de frutas y hortalizas frescas. Por ello, de mantenerse en el tiempo la situación de recesión en la que nos encontramos, es muy posible que a lo largo de la campaña 2011/2012 sigamos viendo una presión a la baja sobre los precios de nuestros productos, al menos desde el flanco del mercado nacional.

Conscientes de la importancia de incrementar el consumo de frutas y hortalizas, tanto por sus bondades para la salud como para la mejora de la competitividad del sector hortofrutícola, sus agentes están impulsando programas de educación dirigidos a la población, y fundamentalmente a la de edad escolar. Su finalidad es que adquieran buenos hábitos alimentarios y que se reduzcan las enfermedades asociadas a una dieta desequilibrada caracterizada por el déficit de frutas y hortalizas. La necesidad de apostar por la promoción, como herramienta fundamental para incrementar al consumo de frutas y hortaliza, se ha puesto aún más de relieve con la crisis sanitaria alemana provocada por la bacteria *E-coli*.

En esta línea se enmarcan varios programas, como el cofinanciado por la UE y la Consejería de Agricultura y Agua. En el marco de este programa, en el curso escolar 2010-2011, PROEXPORT ha repartido 2.200 raciones de fruta y verdura en 200 centros escolares de la Región de Murcia. Este programa también incluye otras acciones destinadas a promover el consumo de estos alimentos entre la población infantil, como el concurso de fotografía “Me gustan las frutas y verduras” o la web www.fruticoles.com, desde la que se promociona el consumo a través de juegos y actividades para los más pequeños y para sus colegios.

De forma similar, durante marzo de 2011, PROEXPORT como miembro de la Asociación para la Promoción del Consumo del Brócoli “+ Brócoli” trasladó a los consumidores españoles los beneficios saludables que conlleva el consumo de esta hortaliza. Una decena de cadenas de distribución nacionales y otros puntos de venta se sumaron a esta promoción, que contó también con un espacio en la web (www.masbrocoli.com) y con el concurso “Consume +Brócoli”. Se trata de una idea de ámbito nacional que, aglutinando a los sectores productivos, comercial, universidades y centros de investigación, pretende promover el consumo de esta hortaliza.

Mención especial merece también la campaña de promoción llevada a cabo por PROEXPORT y hortifruta bajo el lema “*We Care, You Enjoy*”. Financiada por la Unión Europea y el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, se trata de una importante inversión en promoción, cercana a los tres millones de euros, y la apuesta del sector por un proyecto que se llevará a cabo durante los próximos tres años. La campaña, destinada a mercados tan importantes como el alemán y el británico, tiene como objetivo recuperar la confianza de los consumidores europeos en las frutas y hortalizas murcianas y promover su consumo, máxime a raíz de la crisis alimentaria alemana provocada por la bacteria *E. coli*.

3.4. El marco institucional

3.4.1. La Organización Mundial del Comercio (OMC)

En noviembre de 2001 se celebró la cuarta Conferencia Ministerial de la OMC, conocida como la Ronda de Doha. Uno de sus principales objetivos era ampliar la liberalización del comercio internacional de productos agrarios, iniciada con la Ronda de Uruguay (1986-1994). En ésta se pretende continuar las negociaciones en torno a los ya clásicos tres grandes pilares: la ayuda interna (subvenciones de los diversos Estados a la producción), el acceso a los mercados (barreras arancelarias y técnicas) y la competencia de las exportaciones (restituciones a las exportaciones).

Uno de los hechos más relevantes para intentar culminar la Ronda de Doha tuvo lugar el 6 de diciembre de 2008. Ese día, el embajador Crawford Falconer, entonces presidente de las Negociaciones sobre la Agricultura, distribuyó su último proyecto de texto revisado sobre las “modalidades”, una especie de modelo para el acuerdo final que contiene fórmulas para reducir los aranceles y las subvenciones causantes de distorsión del comercio.

Posteriormente, el 21 de abril de 2011, se presentó el *Informe del nuevo presidente*, David Walker, al Comité de Negociaciones Comerciales. Las 12 primeras páginas de este documento, de más de 140, tratan cuatro ámbitos sobre los que se ha trabajado recientemente: a) cuestiones identificadas como no resueltas en los documentos de 2008; b) “modelos” (cuadros o formularios en blanco) para la presentación de datos y compromisos; c) los datos necesarios; y d) aclaración de ambigüedades y de otras cuestiones técnicas contenidas en el proyecto de 2008. En el referido informe, Walker señala que la labor relativa a los modelos y los datos (fundamentales para elaborar los compromisos de los países una vez que se acuerden las fórmulas y otras “modalidades”) ha sido sustancial. En general, considera que “los Miembros han desplegado una considerable actividad en estos últimos dos años [...]. Es una lástima que, en este momento del proceso de negociación, no hayan podido recoger una mayor parte de esa actividad en un texto acordado o por lo menos tangible”.

Lo cierto es que, tras diez años de reuniones y varios principios de acuerdo, la agricultura sigue siendo el gran escollo para finalizar la Ronda de Doha. Los países pobres y en vías de desarrollo quieren que los desarrollados desmantelen sus sistemas de ayudas al sector a cambio de abrir sus mercados a las inversiones de las potencias, posición en la que chocan EE UU y la UE, por un lado, y Brasil e India, por el otro.

3.4.2. La Política Agraria Común (PAC)

El debate público que, sobre el futuro de la Política Agraria Común, impulsó la Comisión Europea al inicio de 2010 le permitió conocer las opiniones y sugerencias de los ciudadanos implicados por esta política con relación a su razón de ser, sus objetivos y los instrumentos que debería utilizar en el futuro¹. Las aportaciones recibidas fueron analizadas en la conferencia “Por una PAC fuerte, eficaz y equilibrada”, celebrada el 20 de julio de ese mismo año en Bruselas. Esta conferencia sirvió como punto de partida para la posterior publicación por la Comisión Europea, el 18 de noviembre de 2010, de la comunicación *La PAC en el horizonte de 2020: responder a los retos futuros en el ámbito territorial, de los recursos naturales y alimentario*.

En esta comunicación, la Comisión reconoce la importancia de preservar el potencial agrícola de la Unión Europea (UE) para garantizar a sus ciudadanos la seguridad alimentaria. Pero también, por sus múltiples beneficios económicos (contribuye al crecimiento económico), sociales (genera empleo), medioambientales (ayuda a preservar el paisaje rural, combatir la pérdida de biodiversidad y mitigar el cambio climático) y territoriales (impide el éxodo rural), tanto directos como indirectos por sus efectos inducidos sobre otros sectores económicos como es el caso, sobre todo, de la industria agroalimentaria.

¹ En este sentido, el 12 de mayo de 2010, las organizaciones agrarias (COAG, ASAJA y UPA), la Federación de Cooperativas Agrarias de Murcia (FECOAM) y las asociaciones de productores y exportadores (PROEXPORT y APOEXPA) elaboraron un documento consensuado sobre el “Posicionamiento de la Región de Murcia ante la PAC después de 2013. En este documento se reivindica una PAC que cumpla con los requisitos de ser más: a) *segura*, para acabar con la indefensión de los agricultores y ganaderos frente a las crisis de precios provocada por los abusos de las cadenas de distribución y la entrada de alimentos de terceros países abaratados por un ‘dumping’ social; b) *sencilla*, con normas claras y, sobre todo, que simplifique los trámites administrativos; c) *sostenible*, para erradicar la concepción de la agricultura y de la ganadería como actividades que esquilman recursos naturales y devoran dinero público; y d) *social*, que ponga los medios para que la actividad agraria sea atractiva a las nuevas generaciones y se facilite la distribución gratuita de alimentos a los más necesitados.

Por otra parte, junto a su importancia, en esta comunicación la Comisión también reconocía que el sector agrario está sumido desde hace varios años en una profunda crisis. Así, tras una década de estancamiento, la renta agrícola cayó sustancialmente en 2009, agravando una situación ya frágil en la que la renta media agrícola por trabajador es bastante más baja (un 40%) que la del resto de la economía, y la renta por habitante en las zonas rurales muy inferior (alrededor del 50%) a la de las zonas urbanas.

La explicación a esta situación se encontraría en la progresiva eliminación de los instrumentos de gestión de los mercados, la liberalización de los intercambios, y el desarrollo de la gran distribución y su enorme poder de negociación, con los consiguientes efectos sobre los bajos precios percibidos por los productores. A estos factores también se unen el respeto a rigurosas normas sobre medio ambiente, calidad, seguridad alimentaria y bienestar animal que exigen los ciudadanos europeos, y la pérdida de participación en el valor añadido generado por la cadena alimentaria.

Bajo las anteriores consideraciones, la comunicación señalaba que los tres objetivos principales de la futura PAC serían conseguir:

- Una producción alimentaria viable que contribuya a mejorar la competitividad del sector agrícola, incrementar la participación de los agricultores y ganaderos en la cadena alimentaria y, por consiguiente, sus rentas, así como limitar la variabilidad de los precios percibidos por sus productos.
- Una gestión sostenible de los recursos naturales basada en prácticas de producción respetuosas con el medio ambiente, en el crecimiento ecológico a través de la innovación, y teniendo en cuenta el cambio climático.
- Un desarrollo territorial equilibrado basado en la diversificación de actividades, y en el mantenimiento del empleo y el tejido social en las zonas rurales.

Por otra parte, la Comisión también entiende que los instrumentos de la futura PAC deberían seguir estructurados en dos pilares, de acuerdo con la opinión expresada mayoritariamente por los participantes en el debate público y claramente respaldada por el Consejo, el Parlamento

Europeo y el Comité de las Regiones. El primer pilar está basado en las ayudas directas y en las medidas de mercado, y el segundo en el desarrollo rural.

En cuanto a las ayudas directas, la Comisión plantea un sistema que acabe con las referencias históricas e identifica una serie de parámetros que compensarían a los agricultores y ganaderos por la producción de bienes públicos que el mercado no remunera. Por otra parte, la Comisión en su comunicación orienta claramente sus propuestas hacia una agricultura cada vez más sostenible y respetuosa con el medio ambiente; “crecimiento ecológico”. Además, siguiendo al Tribunal de Cuentas, considera necesario limitar la percepción de las ayudas únicamente a los agricultores activos, si bien no establece los parámetros para su definición.

Respecto a las medidas de mercado, el debate público puso de relieve la existencia de un amplio consenso acerca de la conveniencia de conservar la orientación global al mercado de la PAC, manteniendo la estructura general de los instrumentos de gestión del mercado. No obstante, aconseja realizar algunas adaptaciones, especialmente en lo que respecta a la racionalización y simplificación de los instrumentos existentes, así como introducir nuevos elementos políticos relativos al funcionamiento de la cadena alimentaria con la finalidad de invertir la tendencia constante de disminución del valor añadido generado por la cadena que está en manos de los productores. Las posibles adaptaciones incluirían la ampliación del período de intervención, el recurso a cláusulas de perturbación del mercado y el almacenamiento privado para otros productos, así como otras iniciativas para aumentar la eficacia y mejorar los controles. Estas medidas de mercado, y en particular, el instrumento de intervención, deberían utilizarse únicamente como red de seguridad en el caso de crisis de precios y de potenciales perturbaciones del mercado.

Por último, con relación al desarrollo rural se prevé introducir nuevas medidas tales como incentivar los mercados de proximidad o circuitos cortos, una caja de herramientas de gestión de riesgos que incluye desde la cofinanciación de seguros agrarios y de rentas, hasta el apoyo a mutualidades.

La comunicación concluye señalando que las propuestas jurídicas correspondientes se presentarán en 2011 y que la PAC futura deberá ser más sostenible y equilibrada, mejor orientada, más sencilla y efectiva, y responder mejor a las necesidades y expectativas de los ciudadanos de la UE.

Finalmente, tras un amplio debate, la Comisión Europea presentó el 12 de octubre de 2011 sus propuestas jurídicas de reforma de la PAC para el periodo 2014-2020, bajo el lema de “una nueva asociación entre Europa y sus Agricultores”. Las propuestas reúnen en un paquete legislativo los siguientes reglamentos: 1) Reglamento de Pagos Directos; 2) OCM única; 3) desarrollo rural; 4) aplicación de los pagos directos en el 2013; 5) financiación, gestión y control; 6) fijación de ciertas ayudas y restituciones; y 7) régimen de pago único para los viticultores. A partir de este momento, y hasta finales de 2013, se inicia un periodo de discusión y debate que culminará con la propuesta de reforma para el periodo 2014-2020 que entrará en vigor el 1 de enero de 2014.

En general, la valoración realizada por las organizaciones profesionales Agrarias (ASAJA, UPA, COAG) y diferentes organizaciones representativas (Cooperativas Agroalimentarias, FEPEX y FIAB) considera insuficientes las propuestas presentadas por la Comisión de reforma de la PAC para el periodo 2014-2020 para resolver los problemas de fondo. Argumentan que se echan en falta medidas concretas y que la Comisión se ha limitado hacer un cambio de modelo en los pagos y a optar por un continuismo en las medidas de mercados sin tener en cuenta la creciente volatilidad de los precios agrarios y las graves perturbaciones existentes. Sin embargo, consideran que, todavía, existe margen para negociar y mejorar las propuestas legislativas de forma que se logre un acuerdo sobre la reforma de la PAC. Entre otras, se plantean las siguientes objeciones:

- Dotación financiera insuficiente para implementar las medidas planteadas.
- Mantenimiento de prácticamente los actuales instrumentos de regulación de mercado, a pesar de que se han demostrado insuficientes y obsoletos para combatir la volatilidad de los precios. Las novedades que apunta, mutualidades y gestión de la oferta por OP o sus asociaciones, están poco desarrolladas. Además, la aplicación de los fondos de crisis requiere un procedimiento largo que les restará eficacia. Por ello, es necesario contar con herramientas de gestión de mercados públicas, con dotación suficiente y ágiles que sirvan para mantener una red de seguridad real para todos los sectores.

- Las medidas relativas a los pagos directos no van a servir para fomentar una agricultura productiva en la medida que no priorice a los agricultores que apuestan por el mercado. Además, la propuesta de la Comisión sobre una tasa plana y un tramo ecológico supondrá una doble condicionalidad y un coste adicional para el agricultor, que introducirá ineficiencias y hará perder competitividad.
- No se corrige la falta de equilibrio y transparencia en la cadena de valor de los productos agrarios, donde la distribución ejerce una enorme presión sobre los precios pagados a los productores, obligando con demasiada frecuencia a vender a pérdidas.
- Criterios de reconocimiento de OP laxos e insuficientes que no mejorarán la concentración de la oferta ni ayudarán a reequilibrar la cadena de valor, causa fundamental de los bajos precios en origen y de la falta de rentabilidad del sector productor.
- Los recortes progresivos de ayuda a partir de unos importes (150.000 euros), parecen contrarios al principio de búsqueda de competitividad y orientación al mercado y por perjudicar a las explotaciones que han realizado esfuerzos para alcanzar economías de escala; incluyendo a las explotaciones cooperativas.

Al margen de esta forma reforma de la PAC, cuya entrada en vigor se prevé para 2014, en lo referente a la financiación de la Política Agrícola Común (PAC), el Reglamento actual que la regula creó dos nuevos fondos para el período 2007-2013, cada uno de los cuales financia uno de los pilares de la PAC. El Fondo Europeo Agrícola de Garantía (FEAGA) financia el primer pilar, en el que se inscriben las ayudas directas a los agricultores y las políticas de mercado. En cambio, el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) financia el segundo pilar, en el que se inscriben las medidas en materia de desarrollo rural.

La Política de Desarrollo Rural 2007-2013 se centra en tres ejes temáticos establecidos en el nuevo Reglamento sobre desarrollo rural:

- Eje 1: mejora de la competitividad de los sectores agrícola y silvícola.
- Eje 2: mejora del medio ambiente y del entorno rural.
- Eje 3: mejora de la calidad de vida y diversificación de la economía rural.

También existe un cuarto eje, denominado “Eje *Leader*”, metodológico y de naturaleza transversal, que está basado en la experiencia con las *Leader Community Initiatives*, con el objetivo de enfocar el desarrollo rural desde el potencial local, complementando a los tres anteriores.

En 2011, el sector agrario murciano recibió 159,1 millones de euros procedentes de los dos fondos (2,03% del total nacional). De ellos, 115,9 millones (72,86%) proceden de ayudas del FEAGA (1,95% del total nacional) y 43,2 (27,14%) del FEADER (2,28% del total nacional), porcentajes, respecto al total nacional, que se sitúan por debajo del valor que aportan la agricultura y ganadería murcianas a la española (4,80). Respecto a 2010, las ayudas conjuntas de ambos fondos en la Región de Murcia en 2011 experimentaron un incremento del 6,90%, frente a un incremento nacional del 2,46%. Este incremento se debe fundamentalmente a la subida de las ayudas FEAGA (9,38% en la Región de Murcia frente al descenso nacional del -2,32%), siendo menor el crecimiento correspondiente a las FEADER, 0,76 en la Región, mientras que en España crecieron el 21,05% (Tablas 3 y 4).

En la Región de Murcia, las ayudas directas disociadas es la partida que acapara la mayor cuantía de los pagos FEAGA (43,24%), seguida de cerca por los fondos operativos de las frutas y hortalizas (38,80%, lo que supone el 20,08% del total nacional) y, a mayor distancia, por las ayudas directas no disociadas (11,00%). Esta distribución de los pagos difiere del correspondiente al conjunto de España, donde las ayudas directas disociadas suponen el 72,75% de todos los pagos FEAGA, mientras que a los fondos operativos de las frutas y hortalizas tan sólo se destina el 3,77%. Aunque de menor cuantía, las ayudas directas continúan siendo importantes para el sostenimiento de los cultivos de secano. Así, los frutos de cáscara (almendro) recibieron en 2011 el 8,47% del total de los fondos FEAGA, lo que representa el 14,94% del total nacional de los fondos FEAGA destinados a los frutos de cáscara.

Respecto a la evolución de las ayudas FEAGA en la Región, se observa que en 2011 han experimentado un incremento del 9,38% respecto a 2010, al contrario de lo sucedido en el conjunto de España donde han sufrido un descenso del -2,32%. Este incremento regional se ha producido a pesar del fuerte deterioro que han sufrido las ayudas directas no disociadas (-59,23%), compensadas por el incremento, sobre todo, de las ayudas directas disociadas (71,32%) y, en menor medida, de las ayudas al vino (34,22%) y a las frutas y hortalizas (24,12%).

**Tabla 3. Distribución de los pagos totales con fondos FEAGA (2011).
En miles de euros**

Tipo de ayuda	España (E)		Murcia (M)		M/E (%)	Var. 11/10* España (%)	Var. 11/10* Murcia (%)
	Total	%	Total	%			
Ayudas directas disociadas	4.327.172	72,75	50.118	43,24	1,16	25,67	71,32
Ayudas directas No disociadas	699.571	11,76	12.752	11,00	1,82	-54,63	-59,23
<i>Prima sacrificio vacuno</i>	44.069	0,74	1.322	1,14	3,00	-0,39	1,02
<i>Frutos cáscara</i>	65.742	1,11	9.821	8,47	14,94	-1,65	-1,92
Frutas y hortalizas (fondos operativos)	223.985	3,77	44.977	38,80	20,08	36,61	24,12
Vino	268.081	4,51	11.421	9,85	4,26	-34,63	34,22
Otras	428.962	7,21	3.352	-2,89	-0,78	-18,99	-581,42
TOTAL	5.947.771	100,00	115.915	100,00	1,95	-2,32	9,38

* El ejercicio 2010 comprende desde el 16/10/2009 al 15/10/2010 y el 2011 comprende desde el 16/10/2010 al 15/10/2011.
Fuente: MAGRAMA (2012b).

En cuanto a los pagos realizados en 2011 en la Región de Murcia con fondos FEADER, casi la totalidad se repartieron entre el Eje 1: competitividad (42,27%); y el Eje 2: medio ambiente y entorno rural (54,30%). Sin embargo, mientras las del Eje 1 se han visto reducidas en un -42,97% respecto al año anterior, las del Eje 2 se han incrementado un 117,69% (Tabla 4). Esto se debe, en parte, a que los pagos realizados en medidas del Eje 1 tan sólo representan el 51,15% de la previsión media, en cambio los del Eje 2 suponen el 99,36%, lo que hace que el conjunto de los pagos alcancen sólo el 66,68% de la previsión media, cifra similar a la del 2010, pero inferior a la correspondiente al ámbito nacional (90,62%).

**Tabla 4. Distribución de los pagos totales con fondos FEADER (2011).
En miles de euros**

Tipo de ayuda	España (E)		Murcia (M)		M/E (%)	Var. 11/10* España (%)	Var. 11/10* Murcia (%)
	Total	%	Total	%			
Eje 1. Competitividad	825.666	43,65	18.253	42,27	2,21	23,23	-42,97
Información y f. profesional	13.382	0,71	319	0,74	2,79	11,13	-
Jóvenes agricultores	76.408	4,04	2.133	4,94	2,79	42,80	162,71
Servicios de asesoramiento	10.894	0,58	522	1,21	4,79	353,78	-
Servicios gestión y asesoramiento	4.586	0,24	186	0,43	4,06	204,57	-
Modernización de explotaciones	246.020	13,01	3.621	8,39	1,47	23,36	13,92
AVA p. agrícolas y forestales	206.746	10,93	7.460	17,28	3,61	12,83	33,23
Infraestructuras	181.746	9,61	4.010	9,29	2,21	21,61	-82,10
Eje 2. M. ambiente/ entorno rural	820.971	43,40	23.446	54,30	2,86	62,38	117,69
IC zonas de montaña	78.672	4,16	810	1,88	1,03	20,63	-51,34
IC zonas distintas de montaña	65.186	3,45	1.322	3,06	2,03	2,14	-43,02
Agroambientales	342.631	18,11	18.939	43,86	5,53	54,53	261,65
Inversiones no productivas	1.380	0,07	19	0,04	1,39	536,67	-
Primera forestación tierras agrícolas	86.919	4,60	960	2,22	1,10	2,78	-38,02
Recuperación pot. Foresta	177.902	9,41	1.239	2,87	0,70	399,08	-
Inversiones no productivas	43.687	2,31	158	0,36	0,36	209,76	-
Eje 4. LEADER	148.004	7,82	1.178	2,73	0,80	732,28	-
Funcionamiento GAL	49.724	2,63	1.178	2,73	2,37	1.303,93	-
Asistencia técnica	39.321	2,08	303	0,70	0,77	1.134,09	13,97
TOTAL	1.891.444	100,00	43.181	100,00	2,28	53,78	0,32

* El ejercicio 2010 comprende desde el 16/10/2009 al 15/10/2010 y el 2011 comprende desde el 16/10/2010 al 15/10/2011.

Fuente: MAGRAMA (2012b).

Los principales pagos del Eje 1 corresponden, en primer lugar, a medidas dirigidas a incrementar el valor añadido de los productos agrícolas y forestales (17,28%), seguidas de las relacionadas con infraestructuras (9,29%), modernización de las explotaciones (8,39%) y jóvenes agricultores (4,94%), con la diferencia de que mientras las de infraestructuras han disminuido el -82,10%, respecto a 2010, las otras han experimentado importantes crecimientos, destacando la subida del 162,71% de las destinadas a jóvenes agricultores. En cuanto a los pagos del Eje 2, casi la totalidad, 18,9 millones de euros, se han destinado a medias agroam-

bientales (43,86%), las cuales se han visto incrementadas en un 261,65% respecto al año anterior, circunstancia que contrasta con el descenso del resto de las ayudas de este eje (Tabla 4).

Comparando el importe total de las ayudas percibidas por el sector agrario en 2011, de los fondos FEAGA y FEDER (159,1 millones de euros), con el valor de la producción agraria (1.860,97 millones de euros) se deduce que la mayor parte de los ingresos del sector agrario murciano continúan procediendo del mercado, de forma que en la actualidad sólo el 8,6% de los mismos proceden de la PAC. Esto hace que la actividad agraria en la Región no esté demasiado expuesta a los continuos cambios de la esta política comunitaria. No obstante, las ayudas recibidas resultan esenciales para el mantenimiento de los cultivos de secano (viñedos, almendros, cereales y olivos), así como de los rebaños de ovejas y cabras. También han favorecido la mejora de la competitividad del sector hortofrutícola a través de las acciones de los programas operativos, financiadas con cargo a los fondos operativos.

3.4.3. Acuerdos preferenciales de la UE con terceros países

La Unión Europea continúa firmando con terceros países no comunitarios nuevos acuerdos, o renegociando los ya existentes. Con frecuencia, los productos hortofrutícolas son la moneda de cambio, lo que favorece la entrada de estos productos en los mercados europeos. Estos acuerdos preferenciales intensifican la apertura de los mercados derivada de las políticas comerciales acordadas en el ámbito de la Organización Mundial de Comercio, teniendo como finalidad la reducción o eliminación de los aranceles, la disminución de los precios de entrada, así como la eliminación o el aumento de los contingentes.

Los acuerdos con los países de la cuenca del Mediterráneo, entre los que se encuentran importantes productores de frutas y hortalizas (Marruecos, Turquía y Egipto), son los que tienen mayor incidencia para la Región de Murcia por la proximidad a la UE y la baja repercusión de los costes de transporte. La principal desventaja competitiva es que obtienen unos productos con menores costes de producción. Esto está asociado a los reducidos salarios, la falta de protección social de los trabajadores, la escasa o nula prevención de riesgos laborales y las reducidas exigencias medioambientales. Estos acuerdos vienen afectando especialmente a los tomates, a los cítricos y a frutas como el melocotón.

Con la Conferencia Euro-Mediterránea, celebrada en Barcelona en 1995, la cooperación con los países terceros del Mediterráneo recibió un fuerte impulso, comprometiéndose la UE a establecer un área de libre comercio para el año 2010. En esta Conferencia la agricultura fue tratada de una manera especial, de forma que en la construcción de ese área de libre comercio entre la UE y cada uno de los países mediterráneos, la liberalización de los productos agrícolas no se llevaría a cabo de manera automática, sino mediante sucesivas negociaciones bilaterales que, en la práctica, están siendo difíciles de culminar. En ese sentido, la UE alcanzó acuerdos de liberalización comercial agraria con Jordania (en 2007), y con Egipto, Israel y Marruecos (en 2009).

Mención especial merece, por su impacto negativo sobre la hortofruticultura murciana, el acuerdo comercial entre la UE y Marruecos adoptado a finales de 2009. Este acuerdo, ratificado posteriormente en diciembre de 2010, se paralizó por la inclusión de los territorios saharauis en el protocolo de renovación, quedando pendiente de su aprobación por el Parlamento Europeo para su entrada en vigor. Mediante esta ratificación se pretende liberalizar casi totalmente los intercambios comerciales de todos los productos excepto algunos considerados como “sensibles” (tomate, pepino, calabacín, fresa, clementina, ajo y azúcar) para los que se aumentan los contingentes. En el caso del tomate, en el que el contingente de 2009 fue de 213.000 toneladas, aumentará progresivamente desde las 225.000 toneladas de 2010 a las 285.000 toneladas en 2013.

Durante la última campaña las organizaciones profesionales ASAJA, COAG y UPA, Cooperativas Agroalimentarias y FEPEX han desplegado una fuerte oposición a la aprobación del acuerdo por el Parlamento Europeo mediante actuaciones tanto en el ámbito nacional como comunitario. Tal es el caso de la Cumbre de los Consejeros de Agricultura de Murcia, Andalucía, Canarias y Valencia, celebrada el 4 de octubre de 2011 en Murcia, en la que firmaron una “Declaración Institucional en defensa del sector español productor y exportador de frutas y hortalizas”, en la que pidieron que no se ratificara el actual Acuerdo con Marruecos en lo relativo al sector de frutas y hortalizas, petición que también fue trasladada a los europarlamentarios en diferentes reuniones mantenidas en Bruselas.

Sin embargo, todas estas actuaciones han resultado infructuosas y a pesar del voto en contra de todos los eurodiputados españoles al acuerdo, éste finalmente fue aprobado por el Parlamento Europeo el 16 de febrero de 2012. Todas las organizaciones lamentan que el Parlamento Europeo no tuviera en cuenta el informe del parlamentario verde fran-

cés José Bové que, además del conflicto del Sahara Occidental, ponía de manifiesto la falta del preceptivo estudio de impacto económico, el incumplimiento sistemático de las cláusulas del acuerdo en vigor por parte de los exportadores marroquíes, las irregularidades aduaneras, y la falta de principio de reciprocidad en las condiciones de producción y venta.

Los productos agrarios murcianos también se podrían ver afectados por los acuerdos bilaterales de la UE con el MERCOSUR, especialmente en lo que atañe a la competencia de Argentina en limones. En este sentido, continúa el proceso de acercamiento comercial hacia el MERCOSUR e, incluso, atendiendo a unas recientes declaraciones de Angela Merkel, a un acuerdo de libre comercio del que se desconoce su alcance.

En general, las organizaciones representativas agrarias, entre las que destacan FEPEX y Cooperativas Agro-alimentarias, no se oponen al comercio internacional, puesto que supone una oportunidad para la exportación de los productos de sus empresas asociadas. Sin embargo, exigen que las relaciones comerciales respeten el principio de reciprocidad, evitando de esta forma que las producciones de la UE soporten mayores costes y restricciones productivas, medioambientales y sociales que sus competidores de terceros países. De esta forma se evitarían agravios y la pérdida de competitividad para el sector hortofrutícola de la UE.

Por otro lado, además de aplicar el principio de reciprocidad en los acuerdos internacionales, reclaman que se haga un mayor esfuerzo de coordinación por parte de la Comisión Europea y de las autoridades nacionales para hacer cumplir los acuerdos existentes a través de un refuerzo de los controles efectivos en frontera. Es fundamental, para la seguridad jurídica y el normal funcionamiento de los intercambios comerciales, que la UE tenga una y no 27 fronteras.

De aquí, que resulte alentadora la Resolución del Parlamento Europeo, de 10 de marzo de 2009, sobre la garantía de los productos alimentarios: armonización o reconocimiento mutuo de normas. La misma considera que garantizar la competencia leal en los productos agroalimentarios es un objetivo importante y de interés público de la UE. Por ello, considera esencial que haya una competencia correcta en relación con los productos importados, que en general no responden a unas normas similares a las comunitarias; de manera que las medidas europeas de calidad deben estar reguladas también en el marco de la Organización Mundial del Comercio, por cuanto atañe a los productos extranjeros que acceden al mercado interior. De la misma forma, considera necesari-

rio aumentar el control y la coordinación entre las distintas administraciones para asegurar que todos los productos alimenticios importados cumplen con las normas medioambientales, de seguridad alimentaria y de bienestar del ganado de la UE.

La resolución no deja de ser una declaración política que no posee carácter normativo y, por lo tanto, carece de imperativo jurídico. Sin embargo, resulta un texto de gran importancia en la medida que revela la posición del Parlamento Europeo, trasladando ésta al Consejo y a la Comisión de la Unión Europea, a fin de que sean concededores de la misma.

Además, las organizaciones agrarias se oponen a que el Fondo Europeo de Adaptación a la Globalización, contemplado en la Reforma de la PAC para el periodo 2014-2020, sea una excusa para cerrar acuerdos internacionales, especialmente los Acuerdos Euro-mediterráneos y los mantenidos con el Mercosur. Se estima que los efectos económicos de un acuerdo de liberalización entre la UE y Mercosur superan con creces los 2.800 millones de euros previstos para estas contingencias en el Fondo Europeo de Adaptación a la Globalización, además de ocasionar un impacto a largo plazo en las estructuras productivas de consecuencias económicas, sociales y medioambientales imprevisibles.

Este fondo, que ya existe para otros sectores económicos, se destina a la reinserción de los trabajadores afectados por despidos provocados directamente por transformaciones profundas en los intercambios comerciales internacionales. Sin embargo, las organizaciones agrarias consideran que no es posible aplicarlo en los términos actualmente fijados en el sector agrario. Ello obedece a que en este sector la globalización (en concreto el impacto de acuerdos comerciales de la UE con terceros países) no sólo conlleva el riesgo de pérdida de empleo, sino también la desaparición de las propias explotaciones.

3.4.4. Seguridad y calidad alimentaria

En la actualidad la seguridad y la calidad de los alimentos han pasado de ser instrumentos a disposición de las empresas agrarias para diferenciar sus productos y mejorar su competitividad, a requisitos para acceder a los mercados. Por ello, cada vez más las empresas recurren a diferentes sistemas de calidad, dirigidos a adecuar los productos a las exigencias de sus clientes (distribuidores y consumidores finales) y de las correspondientes certificaciones para ganarse la confianza de los mismos.

Entre las principales normas de calidad implantadas por las empresas hortofrutícolas murcianas destacan GlobalGAP, BRC, ISO 9000, *Nature's Choice*, IFS, ISO 14000. Junto a ellas, también aparecen la producción integrada y la agricultura ecológica. Además, la gran distribución está empezando a exigir certificados de calidad relacionados con aspectos medioambientales, como los correspondientes a la huella de carbono, y valores sociales, como el módulo GRASP de GlobalGAP.

Los certificados de la huella de carbono tienen como finalidad cuantificar la cantidad de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), medidas en toneladas de CO₂ equivalente, que son liberadas a la atmósfera debido a la actividad de la empresa. Esta información permite a los clientes decidir qué productos comprar, sobre la base de la menor contaminación generada en su producción por la emisión de gases de efecto invernadero. De aquí que las cadenas de distribución de los principales mercados de las frutas y hortalizas murcianas, Alemania, Francia y Reino Unido, están empezando a exigir a sus clientes este tipo de etiquetado.

Para ayudar al sector a cumplir con estas nuevas exigencias, la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia puso en marcha en 2009 la iniciativa "La Agricultura Murciana como Sumidero de CO₂: LessCO₂". La misma parte de la consideración de que el sector agrícola tiene capacidad para absorber CO₂ de la atmósfera, por lo que, en vez de "huella de carbono", hay que hablar del concepto "balance de carbono", que contempla tanto las emisiones como la absorción de CO₂ por los cultivos de la Región de Murcia.

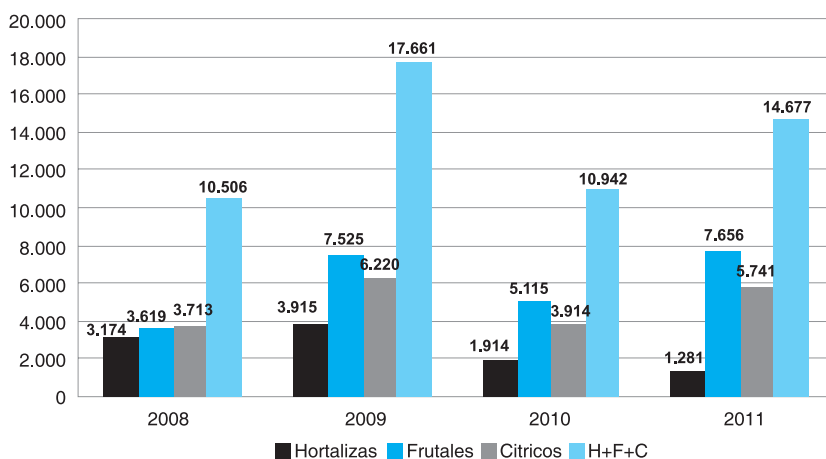
La iniciativa permitirá certificar la capacidad de absorción de cada unidad que se comercialice mediante la marca "LessCO₂ Agricultura Región de Murcia", registrada en la oficina de patentes y marcas, a nombre del Gobierno regional. Esta marca refleja el compromiso de las empresas productoras de frutas y hortalizas de la Región para producir de forma más ecoeficiente y responsable, de manera que cada unidad de producto comercializado suponga, cada vez, una mayor absorción de CO₂, y por tanto una mayor contribución a la lucha contra el cambio climático. En la actualidad se han adherido a esta iniciativa 68 empresas hortofrutícolas murcianas. De ellas, 10 pueden utilizar ya la marca "LessCO₂" para diferenciar sus productos en los mercados internacionales.

Respecto al módulo GRASP de GlobalGAP, se trata de un sistema de evaluación de riesgos en las prácticas sociales que es de carácter voluntario en las empresas certificadas. Se trata de una herramienta que

ayuda a los productores a demostrar que cumplen con la legislación laboral, tanto internacional como nacional.

En cuanto a la producción integrada, según los datos proporcionados por la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia, en 2011 la superficie de cultivos hortofrutícolas se incrementa en un 34,13% respecto a 2010, hasta alcanzar las 14.667 hectáreas. Sin embargo, esta superficie dista bastante de la existente en 2009 (17.661 hectáreas). Las mayores superficies corresponden a frutales (7.656 hectáreas) y cítricos (5.741 hectáreas), que han visto incrementar sus hectáreas de cultivo en un 49,68% y 46,67%, respectivamente, con relación al año anterior. En cambio, la superficie de hortalizas, tras descender un 33,06% en 2011 respecto a 2010, tan sólo alcanza las 1.281 hectáreas (Gráfico 7).

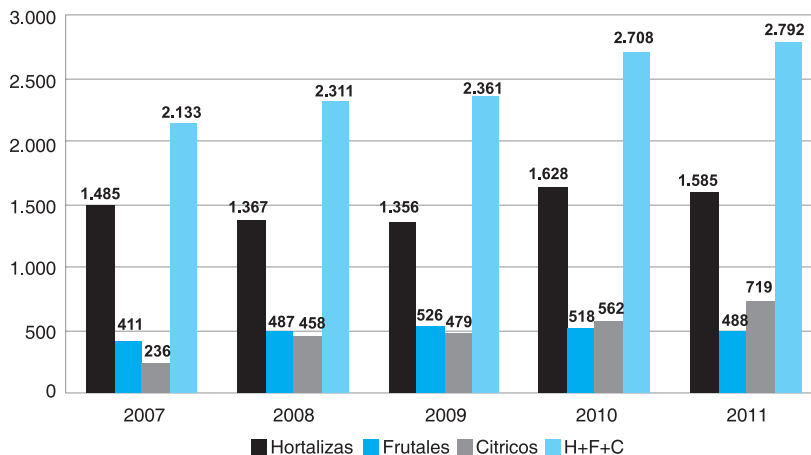
Gráfico 7. Evolución de la superficie hortofrutícola de producción integrada en la Región de Murcia (2008-2011). En hectáreas



Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia. Elaboración propia.

En cuanto a la superficie destinada a la agricultura ecológica, los datos del Gráfico 8 revelan el incremento continuado que desde 2007 se viene produciendo en la superficie dedicada a los cultivos hortofrutícolas, correspondiendo más de la mitad a las hortalizas, y repartiéndose el resto entre frutales y cítricos, con un predominio en los dos últimos años de estos últimos debido al incremento de la superficie cultivada en detrimento de los frutales.

Gráfico 8. Evolución de la superficie hortofrutícola de agricultura ecológica en la Región de Murcia (2007-2011). En hectáreas



Fuente: Consejo de Agricultura Ecológica de la Región de Murcia. Elaboración propia.

Mención especial a favor de la seguridad y calidad alimentaria merece el desarrollo del programa “Murcia, Agricultura Limpia”, que desde hace una década viene impulsando el Gobierno regional, con el apoyo del sector agrario. El objetivo de este programa es reducir y sustituir el empleo de productos fitosanitarios mediante sistemas de control biológico y tecnológico. El programa se basa en la implantación del sistema de gestión integrada de plagas y los criterios establecidos en la Directiva de Uso Sostenible de los Plaguicidas en los principales cultivos. Actualmente este plan se aplica sobre 39.000 hectáreas, que representan el 20% del total de los cultivos de la Región con control biotecnológico de plagas. En concreto, se viene aplicando en cultivos de tomate, pimiento de pimentón, pimiento de invernadero, limón, naranja, mandarina, fruta de hueso y uva, entre otros.

Con base en este programa, en 2011 se liberaron más de 50 millones de insectos útiles y se colocaron 2 millones de trampas de feromonas para el control de las principales plagas en los cultivos. Este programa se encuentra fuertemente consolidado y está sirviendo de modelo a otras experiencias que se vienen desarrollando en otros estados miembros, de manera que se ha tomado como una de las iniciativas dentro del programa NOVAGRIMED (*Agricultural Innovations in the Mediterranean Areas*).

4. Factores que afectan a los costes de producción

4.1. Mano de obra

El marcado carácter intensivo del sector hortofrutícola murciano en mano de obra otorga a ésta una especial relevancia y problemática, tanto por la elevada influencia en la estructura de costes, como por lo relacionado con su disponibilidad, procedencia y cualificación.

Desde la integración de los trabajadores por cuenta propia del Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social (REASS) en el Régimen Especial de la Seguridad Social de los Trabajadores por Cuenta Propia o Autónomos, el 1 de enero de 2008, como consecuencia de la puesta en vigor de la Ley 18/2007, de 14 de julio, el Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social tan sólo incluye a los trabajadores por cuenta ajena.

Posteriormente, la Ley 8/2008, de 23 diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para 2009, introdujo cambios respecto a la base de cotización de los trabajadores del Régimen Especial Agrario (trabajadores por cuenta ajena). Por un lado, ha aumentado la base de cotización y, por otro, los agricultores-empresarios han de optar por una de las dos modalidades de cotización establecidas al dar de alta a sus trabajadores. Una modalidad es la denominada “general”, que consiste en aplicar una base de cotización mensual fija con independencia de los días trabajados. Esta modalidad es obligatoria para los trabajadores indefinidos, opcional para los trabajadores fijos-discontinuos y no aplicable para los trabajadores extranjeros con obligación de retorno a su país de origen. La otra opción se denomina por “jornadas reales” y en ella, como su propio nombre indica, la base de cotización varía en función de las jornadas reales trabajadas, ya que sólo se cotizan los días efectivamente trabajados. En coherencia con la modalidad anterior, ésta no es aplicable a los trabajadores indefinidos, es opcional para los trabajadores fijos-discontinuos y eventuales, y obligatoria para los trabajadores extranjeros con obligación de retorno. De esta manera, la cotización a la Seguridad Social se realizará de forma conjunta por parte del empresario y del trabajador por cuenta ajena, de forma que el importe del denominado “sello agrícola” ahora puede variar cada mes en función de los días trabajados.

Todas estas medidas han ido acercando al titular de una explotación agraria a la mayoría de empresarios de otros sectores en cuanto al sistema de cotización que adoptan para dar de alta a sus trabajadores. Este

acercamiento se vio potenciado con el Acuerdo Social y Económico para el Crecimiento el Empleo y la Garantía de las Pensiones, suscrito el 2 de febrero de 2011 entre el Gobierno y las organizaciones empresariales y sindicales. En él se indica que *“los trabajadores por cuenta ajena del REASS se verán integrados en el Régimen General, a través de un Sistema que garantice la equiparación de sus prestaciones, habilitándose un periodo transitorio de evolución de las cotizaciones que garantice el mantenimiento de la competitividad de las cotizaciones agrarias”*

Finalmente, la integración de los trabajadores por cuenta ajena del REASS en el Régimen General de la Seguridad Social ha sido posible gracias al acuerdo alcanzado en esta campaña, tras varios años de negociación, por el Gobierno, CCOO, UGT, CEOE y CEPYME. Esta integración se ha realizado mediante la creación de un sistema especial dentro del Régimen General que mantiene la especificidad de este colectivo. El contenido del acuerdo se plasmó en la Ley 28/2011, de 22 de septiembre, por la que se procede a la integración del Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social en el Régimen General de la Seguridad Social. Esta Ley entró en vigor el 1 de enero de 2012 y establece un periodo transitorio de veinte años para evitar que las mejoras en las prestaciones de los trabajadores perjudiquen a la competitividad de las explotaciones agrarias.

Este acuerdo supone la equiparación progresiva de las prestaciones del sistema que recibirá el sector con las del Régimen General, lo que redundará en un mayor nivel de protección de los trabajadores agrarios. El acuerdo prevé la equiparación nominal de los tipos de cotización a cargo de los empresarios agrarios en los mismos términos que los del Régimen General, si bien se mantiene una línea de importantes reducciones y bonificaciones de modo que se asegure que dicha convergencia no supone un incremento de costes que ponga en riesgo la competitividad y el empleo de las explotaciones agrarias. La Ley contempla asimismo la extensión de la cobertura de los subsidios de desempleo y la cotización por salarios reales, con un periodo transitorio para que exista una base máxima tarifada.

Con esta integración el Gobierno, aunque con cierto retraso, resuelve el incumplimiento de los acuerdos firmados con los agentes sociales que establecían el 1 de enero de 2009 como la fecha en que sería una realidad la integración del Régimen Especial Agrario en el Régimen General de la Seguridad Social, y que ha sido motivo de reivindicaciones y movilizaciones sindicales por diversos puntos de la geografía española, y entre ellos la Región de Murcia. Además, con él se cumple el manda-

to del Pacto de Toledo de integración de los regímenes del sistema de Seguridad Social en dos grandes bloques, el de trabajadores por cuenta ajena dentro del Régimen General y el de trabajadores autónomos, dentro del Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA).

Un año más, se han tomado como referencia los datos de afiliados en el Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social para analizar la evolución del número de trabajadores y su origen. No obstante, conviene recordar que este análisis es bastante complejo debido a la idiosincrasia del mercado de trabajo en el sector agrario y las revisiones que, desde 2008, se han producido en la situación de este régimen y que han sido mencionadas más arriba. Según datos del Ministerio de Trabajo e Inmigración, el número de trabajadores por cuenta ajena afiliados al Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social a 31 de diciembre de 2011 fue de 64.9505, cifra inferior a la del año anterior (-0,97%), pero superior en un 5,86% a la de 2008. De ellos, 43.801 eran de nacionalidad extranjera, es decir el 67,44%, porcentaje que supera el doble del correspondiente a nivel nacional, y cuyo número también disminuye con respecto a 2010 (-2,85%), pero que se mantiene por encima del correspondiente a 2008 (6,44%) (Tabla 5).

A tenor de los datos, por una parte, resulta evidente la capacidad de la agricultura murciana para dar empleo al colectivo de inmigrantes, muy superior al conjunto de la española. Así, mientras a nivel nacional, el 31 de diciembre de 2011, los inmigrantes por cuenta ajena afiliados al Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social representaban el 29,66%, en el caso de Murcia suponían el 67,44%. Esto explica que mientras la Región aportaba en ese momento a España el 7,48% del total de los trabajadores del referido régimen, en cambio contribuía con el 17,02% en el caso de los extranjeros.

Tabla 5. Evolución del número de trabajadores por cuenta ajena afiliados al Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social a 31 de diciembre (2007-2011)

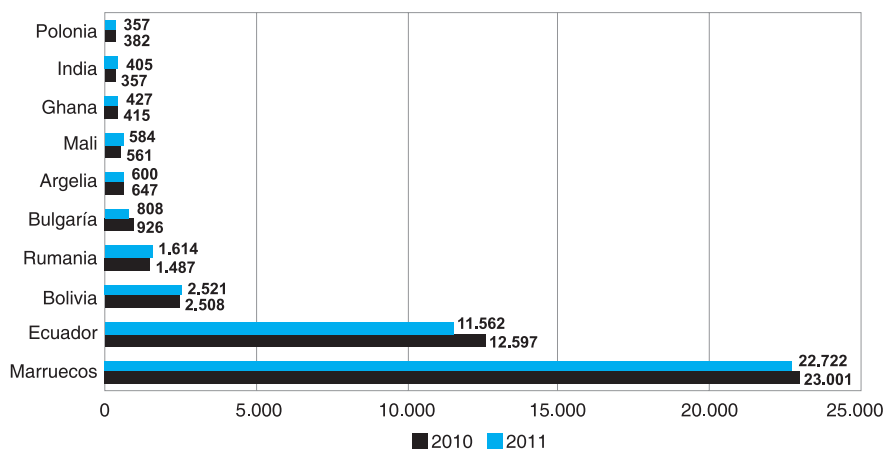
Concepto	2007	2008	2009	2010	2011
Total	55.756	61.955	65.538	65.585	64.950
Extranjeros	36.466	42.359	45.116	45.087	43.801
Tasa variación interanual total (%)	-4,86	11,12	5,78	0,07	-0,97
Tasa variación interanual extranjeros (%)	-3,87	16,16	6,51	-0,06	-2,85
% Extranjeros/Total	65,40	68,37	68,84	68,75	67,44
% Total Murcia/España	7,65	7,98	7,72	7,64	7,48
% Extranjeros Murcia/España	22,88	20,91	17,32	16,96	17,02

Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2012). Elaboración propia.

Por otra parte, el incremento experimentado por el total de los trabajadores y, especialmente por los extranjeros en los años 2008 y 2009, y la estabilidad de 2010, se debió, en parte, al acomodo que han ido encontrando en el sector agrario aquellos que han perdido su empleo en otros sectores, sobre todo del sector de la construcción y servicios, debido a la crisis económica de los últimos años. Sin embargo, esta situación se estabilizó a lo largo de 2010 y experimentó un ligero retroceso en 2011 (-0,97%), pero de menor intensidad que el sufrido por el conjunto de la economía regional (-2,74%). Esto deja entrever, de un lado, la dificultad del sector agrario para continuar absorbiendo mano de obra que no encuentra acomodo en otros sectores y, de otro, la mayor resistencia de este sector a la destrucción de empleo.

Respecto a la distribución de los trabajadores extranjeros según su nacionalidad, el colectivo más numeroso continúa siendo el marroquí, aportando en 2011 más de la mitad de los trabajadores (51,9%), de forma que junto con el de ecuatorianos (26,4%) todavía suponen casi el 80%. Aunque a gran distancia de los anteriores, el tercer país que más trabajadores aporta es Bolivia (5,6%), seguido de Rumanía (3,3%) y Bulgaria (2,1%). En cuanto a su evolución con respecto a 2010, seis de los diez países que más empleados aportan han disminuido su número y sólo cuatro lo han incrementado. Los descensos más importantes corresponden a Bulgaria (-12,7%), Ecuador (-8,2%), Argelia (-7,3%) y Polonia (-6,5%). Por el contrario, las subidas mayores se han producido con los trabajadores procedentes de Rumanía (8,5%) y, sobre todo, de la India (13,4%) (Gráfico 9).

Gráfico 9. Evolución de los trabajadores extranjeros afiliados al Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social a 31 de diciembre de 2011, en función de la nacionalidad



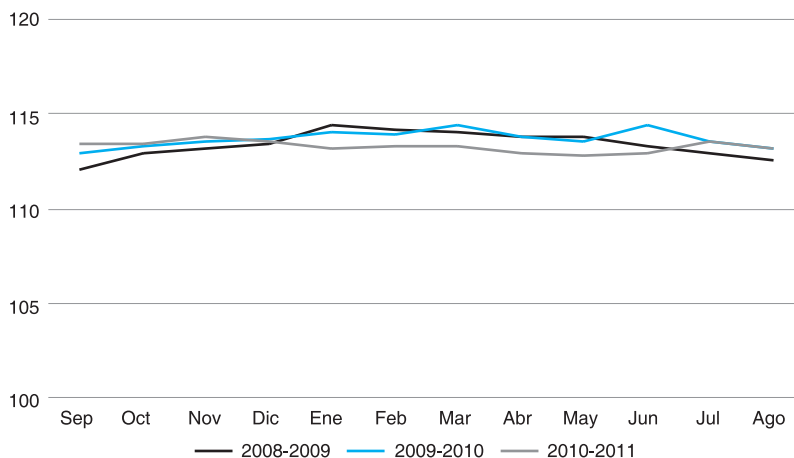
Fuente: Tesorería General de la Seguridad Social. Dirección Provincial de Murcia. Elaboración propia.

Debe señalarse, por último, que aunque en los últimos años existe una mayor disponibilidad de mano de obra para el sector agrario, ésta no siempre está debidamente cualificada, máxime teniendo en cuenta la cada vez mayor especialización que exigen las labores agrarias por la mayor tecnificación de las mismas. La mejora de la protección social de los trabajadores agrarios por cuenta ajena como consecuencia de su reciente integración en el Régimen General de la Seguridad Social puede ayudar, en parte, a paliar este problema.

4.2. Productos fitosanitarios

El precio de los productos fitosanitarios sufrió un incremento progresivo a lo largo de la segunda mitad del año 2008, estabilizándose durante las tres últimas campañas en torno a un 13% por encima de los precios pagados en el año 2005 (Gráfico 10). Estas reflexiones son apoyadas por los datos provisionales sobre las macromagnitudes agrarias para 2011 facilitados por la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia, que estiman un leve incremento de los precios de los fertilizantes en este año en la Región de sólo el 0,30% con respecto a 2010.

Gráfico 10. Evolución de los índices mensuales de los precios pagados por los agricultores por protección fitopatológica (2008-2011). Año base 2005 = 100

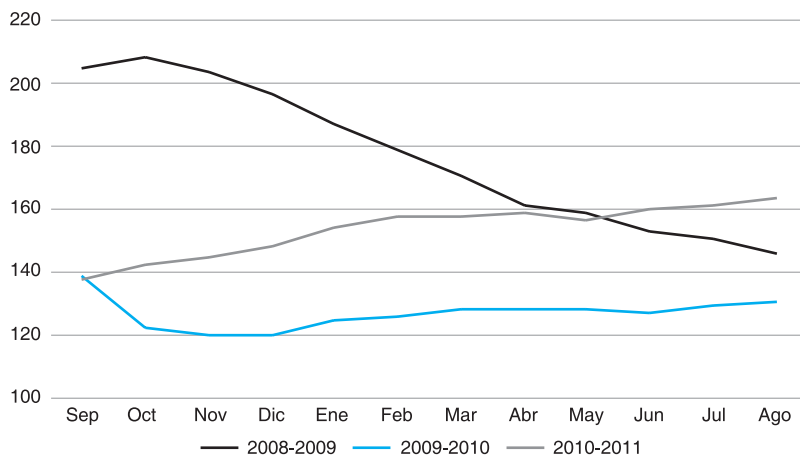


Fuente: MAGRAMA (2012c).

4.3. Fertilizantes

El precio de los fertilizantes se ha incrementado considerablemente en los últimos años, llegando a finales de 2008 a duplicar los precios de 2005. Sin embargo, durante la campaña 2008-2009 descendieron de forma continuada para mantenerse estables durante toda la campaña 2009-2010 en valores que rondan entre el 20 y 30% por encima de los precios pagados en 2005 (Gráfico 11). Sin embargo, a partir de septiembre de 2010 los precios de los fertilizantes han seguido una senda de crecimiento continuado hasta situarse de nuevo en valores un 60% superiores a los del año 2005. Esta situación ha concluido la tregua que los precios dieron a los agricultores durante la pasada campaña.

Gráfico 11. Evolución de los índices mensuales de precios pagados por los agricultores por los fertilizantes (2008-2011). Año base 2005 = 100

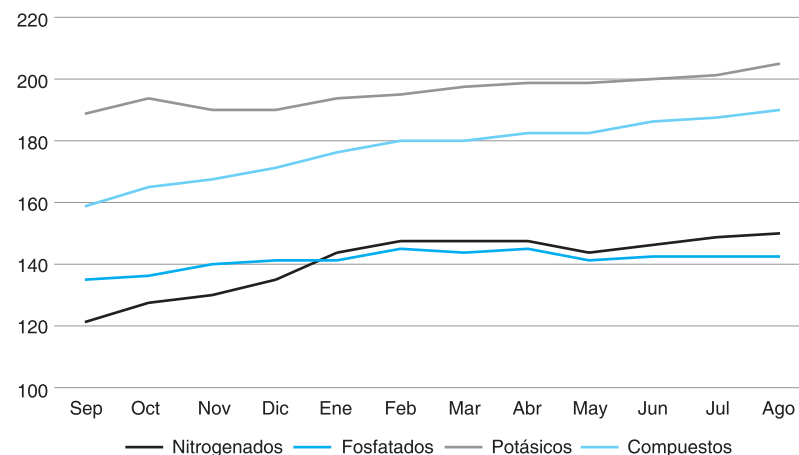


Fuente: MAGRAMA (2012c).

Efectivamente, la campaña 2010-2011 ha puesto fin a la tendencia decreciente de los precios de los fertilizantes que ocurrió en el 2009. Los fertilizantes nitrogenados han subido su precio a lo largo de toda la campaña, sufriendo un incremento final del 25%. Los precios de los fertilizantes fosfatados, que registraron un espectacular descenso la campaña pasada, se han mantenido estables a lo largo de toda la campaña actual, rompiendo así la tendencia decreciente que experimentaban. El índice del precio pagado por los agricultores con base en 2005 por los fertilizantes fosfatados era en enero de 2009 del 235% y, sin embargo, a lo largo de casi toda la campaña 2009-2010 este índice osciló en torno al 120%, incrementándose estas oscilaciones al 140% durante la campaña actual (Gráfico 12). Los precios de los fertilizantes potásicos y los compuestos han seguido un comportamiento opuesto al de la campaña anterior, manteniendo un crecimiento sostenible a lo largo de la campaña 2010-2011. Estas subidas del precio durante la campaña suponen unos incrementos del 9% y del 19% para los abonos potásicos y compuestos, respectivamente.

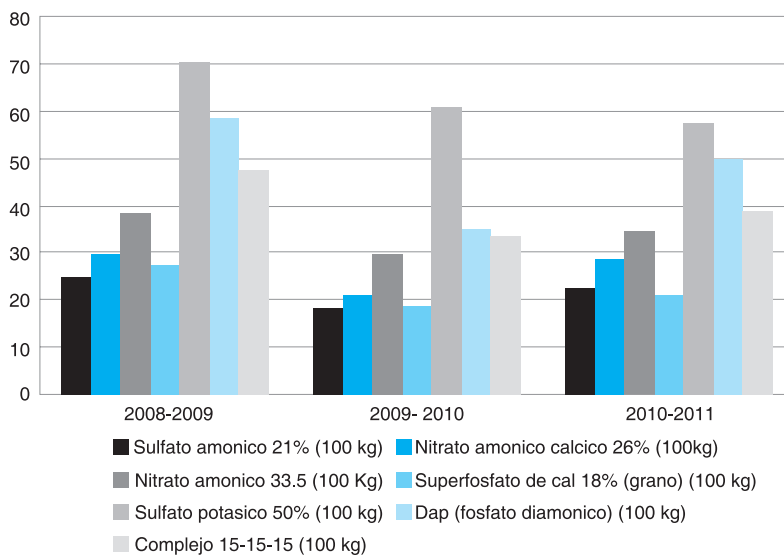
En el Gráfico 13 se pueden apreciar los precios de los fertilizantes más representativos y su evolución en los últimos años. Tal y como se ha visto anteriormente todos han incrementado su precio con respecto a la campaña 2010-2011, excepto el sulfato potásico.

Gráfico 12. Índices mensuales de precios pagados por los agricultores por los fertilizantes en la campaña 2010/2011 según el tipo de fertilizante. Año base 2005 = 100



Fuente: MAGRAMA (2012c).

Gráfico 13. Evolución de los precios pagados por los agricultores por los principales abonos. En euros por cada 100 kg, s/IVA



Fuente: MAGRAMA (2012c).

En España, el consumo de fertilizantes se ha incrementado durante las dos últimas campañas hasta alcanzar valores similares a los del periodo 2005-2007, donde el empleo de fertilizantes para usos agrícolas era próximo a los dos millones de toneladas. El fuerte descenso en el consumo de la campaña 2008-2009 se reactivó en la campaña 2009-2010 y ha continuado en la 2010-2011, habiéndose utilizado 1,71 millones de toneladas repartidas entre nitrogenados (964.768 toneladas), fosfatados (390.245 toneladas) y potásicos (356.204 toneladas) (ANFFE, 2012).

La agricultura de la Región de Murcia consumía alrededor del 6,5% de los fertilizantes utilizados en España, dependiendo del tipo, pero en la campaña actual este porcentaje ha descendido hasta el 5,5%. El comportamiento del consumo de fertilizantes nitrogenados en la Región ha seguido una evolución contraria a la del conjunto nacional, habiéndose reducido su consumo en un 4,14% con respecto a la campaña anterior. Para el resto de productos fertilizantes, la Región ha incrementado el consumo en la última campaña en un 8,07% y un 31,13% en lo que se refiere a compuestos fosfatados y potásicos respectivamente. En esta campaña se han vendido 93.942 toneladas, repartidas entre nitrogenados (57,43%), fosfatados (15,69%) y potásicos (20,82%), lo que supone un incremento de la cantidad utilizada del 1,19%, respecto a la campaña anterior (ANFFE, 2012).

Según los datos provisionales sobre las macromagnitudes agrarias para 2011 de la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia, el valor de las ventas de fertilizantes y enmiendas en la Región de Murcia ascendió a 83,67 millones de euros, debido a un incremento del 18,60% en la cantidad vendida, respecto a 2010, y un descenso del -15,20% en los precios.

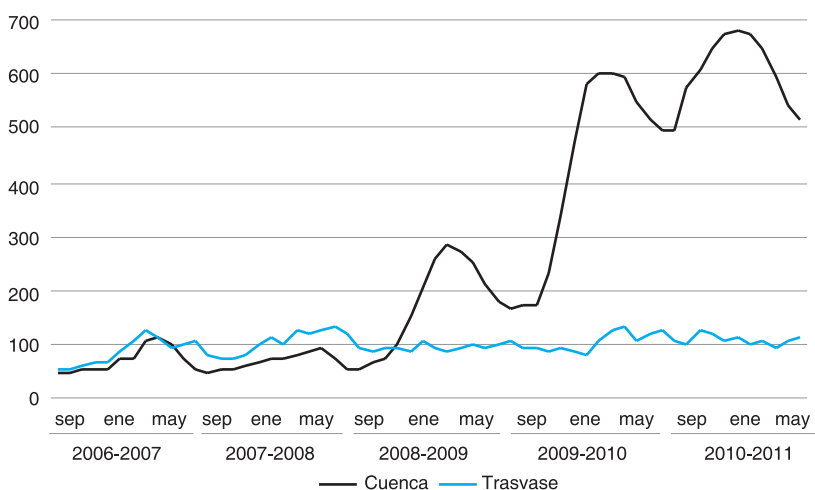
4.4. Agua

Según la información del Plan Hidrológico Nacional (PHN), la demanda bruta de agua para riego en toda la Cuenca del Segura asciende a 1.661,55 hm³/año. Sin embargo, la dotación de agua de riego por unidad de demanda es muy variable y, aunque por término medio la dotación neta es de 3.628 m³/ha, el rango de variación oscila entre 938 y 7.483 m³/ha (PHN, 2001).

El origen del agua aplicada a las unidades de demanda también es muy diverso, utilizándose de seis procedencias distintas. La más empleada procede de los recursos superficiales (495 hm³/año), seguida de los subterráneos (412 hm³/año) y del agua procedente del Trasvase Tajo-Segura (385 hm³/año). En menor medida se utilizan aguas procedentes de los azarbes (44 hm³/año), de las estaciones depuradoras de aguas residuales (54 hm³/año) y de otros orígenes (29 hm³/año), complementando una dotación de 1.432 hm³/año. Considerando que la demanda total de agua para los regadíos de la Cuenca asciende a 1.662 hm³/año, se estima un déficit de aplicación de 229 hm³/año que, unidos a la sobreexplotación de los recursos subterráneos (174 hm³/año), ascendería a 403 hm³/año (PHN, 2001).

Los años hidrológicos 2008-2009 y 2009-2010 se han caracterizado por ser especialmente lluviosos, lo que explica el incremento de las existencias de la Cuenca en las últimas campañas (Gráfico 14). Sin embargo, debido a las escasas precipitaciones de la última temporada, a finales de la misma las existencias finales de la cuenca eran similares a las iniciales, manteniéndose constantes las existencias del trasvase del Tajo.

Gráfico 14. Existencias de la cuenca del Segura según el origen del agua (aguas propias de la Cuenca y del trasvase) en las últimas cinco campañas. En hm³

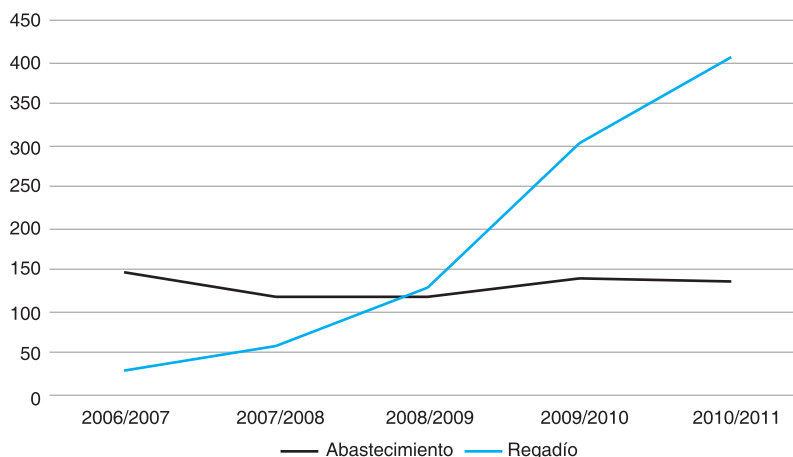


Fuente: Confederación Hidrográfica del Segura (2012).

Las cantidades de agua trasvasadas dependen de la situación de los embalses de cabecera (Entrepeñas y Buendía). Durante las campañas 2006-2008 estos embalses contenían unas reservas en torno a los 400 hm³, llegando a ser, a finales de 2009 de 373 hm³. En el año hidrológico 2009-2010 las reservas de estos embalses duplicaron las del año anterior, y en la campaña 2009-2010 las reservas medias han estado por encima de los 1.180 hm³, llegando incluso a sobrepasar los 1.300 hm³ en los meses de abril y mayo de 2011.

El incremento de las reservas en cabecera durante los tres últimos años hidrológicos ha propiciado que se incrementen, a su vez, las cantidades trasvasadas en las tres últimas campañas, ascendiendo para la campaña 2010-2011 hasta los 542 hm³. Estos volúmenes han sido destinados a abastecimientos (137 hm³) y regadío (405 hm³), no habiendo sido necesaria la recarga de los humedales de las Tablas de Daimiel durante esta campaña. Como se puede deducir del Gráfico 15, el agua destinada a abastecimientos es más o menos constante a lo largo del tiempo, mientras que la destinada a regadíos se incrementa cuando las reservas de cabecera así lo permiten.

Gráfico 15. Evolución de los volúmenes de agua trasvasados desde el río Tajo en función del destino de su uso. En hm³



Fuente: Sindicato Central de Regantes del Acueducto Tajo-Segura (SCRATS) (2012).

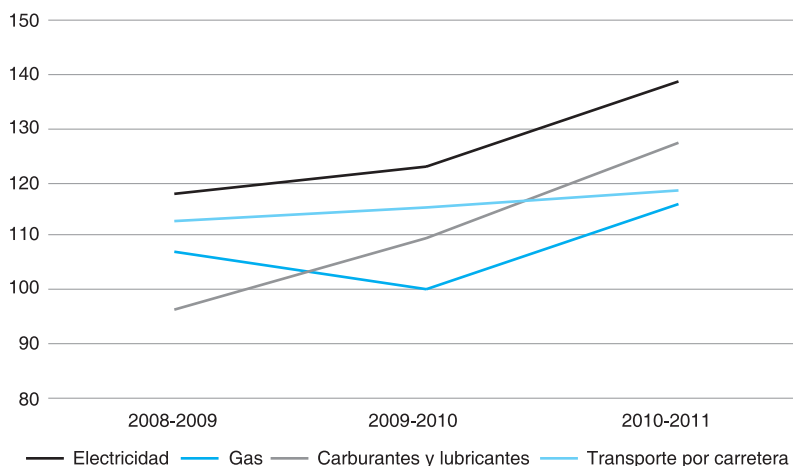
En cuanto al precio del agua para riego en la Región de Murcia, éste está asociado a la fuente de origen y a su disponibilidad. Así, las comunidades de regantes, como organismos encargados de gestionar el agua de riego, tienen una tarifa del agua variable en función de los caudales que manejan y del origen de los mismos. Esta tarifa no se ha visto modificada en la última campaña.

La resolución de 4 de diciembre de 2009, de la Dirección General del Agua, por la que se publica el Acuerdo de Consejo de Ministros sobre aprobación de las nuevas tarifas para aprovechamiento del acueducto Tajo-Segura, modifica las aprobadas en mayo de 2005. Esta resolución establece que el precio de las aguas trasvasadas al sureste para regadío pasará de 0,10 a 0,17 €/m³, mientras que para las aguas propias de la cuenca del Segura que utilicen la infraestructura del acueducto Tajo-Segura en el postrasvase el precio pasará de 0,017 a 0,055 €/m³. A este precio, las comunidades de regantes deberán de añadir sus costes de amortización de infraestructuras y los de conservación y mantenimiento de las mismas para obtener el precio final pagado por el regante. En cuanto a las aguas subterráneas, su precio depende principalmente de los costes de extracción, que están en torno a los 0,21 €/m³, pudiendo alcanzar valores de 0,74 €/m³ dependiendo de las características de la zona (MMA, 2007).

4.5. Energía y transporte

El mercado de los productos energéticos utilizados en la agricultura se concentra en el consumo de electricidad, gas y carburantes. Durante la campaña 2008-2009 el precio de los combustibles y los carburantes descendió por debajo de los precios de 2006, pero en la pasada campaña estos mínimos se incrementaron en un 14%, llegando a superar en un 10% los precios de 2006. A pesar de la influencia directa que estos combustibles tienen sobre el transporte por carreta, en las dos últimas campañas los precios del transporte han tenido una tendencia creciente hasta alcanzar en 2009-2010 valores un 15% superiores a los pagados en 2006, no acusando así la reducción de precio de los combustibles de la campaña anterior. Por otro lado, el gas ha tenido una evolución opuesta a la de estos productos energéticos, descendiendo su precio en las tres últimas campañas y llegando incluso a ser en la última similar al de 2006 (Gráfico 16).

Gráfico 16. Evolución de los índices mensuales de precios pagados por los agricultores por la energía y el transporte (2008-2011). Año base 2006=100



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2012).

La electricidad, a pesar de la liberalización de su mercado, sigue sufriendo un incremento continuo de los precios, superior al experimentado por otros productos sustitutivos. Concretamente, los precios de la campaña 2010-2011 han sido un 39% superiores a los pagados en 2006, y un 13% superiores a los de la campaña anterior. Además del incremento sistemático de los precios a costa del famoso déficit de tarifa, otros dos factores podrían explicar, en parte, esta circunstancia. De un lado, que la liberalización no ha generado mayor transparencia en el mercado y, de otro, que los usuarios todavía siguen sin saber cómo sacar provecho de la nueva situación.

Un comportamiento inflacionista similar han sufrido los carburantes y lubricantes, así como el gas, cuyos precios se incrementaron en un 16,32% y 15,57% respectivamente en la última campaña. A pesar del incremento de los carburantes, el transporte por carretera solamente se ha incrementado en un 2,56% en la última campaña.

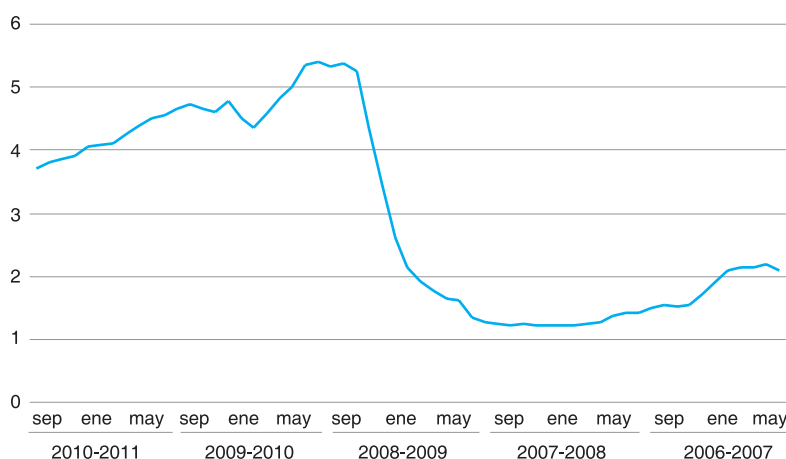
Conforme a los datos provisionales sobre las macromagnitudes agrarias para 2011 de la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia, para el conjunto de energía y lubricantes en la Región de Murcia, en el año 2011 el valor de las ventas alcanzó los 169,46 millones de euros, lo que supone un incremento del 23,80%, consecuencia de un incremento de la cantidad y de los precios del 5,00% y el 17,90%, respectivamente, respecto a 2011.

4.6. Costes financieros

Dada la situación económica actual es necesario hacer mención a la evolución de la prima de riesgo por ser cada vez más influyente en el establecimiento de los tipos de los productos financieros, junto con las necesidades de liquidez. Así, la evolución de este parámetro durante el periodo objeto de estudio ha sido creciente, alcanzando mayores niveles en agosto de 2011. De hecho, la prima de riesgo alcanzó cifras cercanas a los 400 puntos básicos en relación al bono alemán.

Respecto a la evolución del Euribor, que marca el coste directo que han de afrontar quienes necesitan acceso al crédito tanto a corto como a largo plazo, éste ha presentado una cotización media durante la campaña 2010-2011 de 1,81 puntos porcentuales. Lo cual ha supuesto más de cinco décimas que en el periodo anterior, pero relativamente bajo en relación a los acontecidos en años anteriores (Gráfico 17). No obstante, a finales de campaña el Euribor alcanzaba sus mayores valores, cerrando la misma por encima del 2. Estos valores han repercutido positivamente, durante una campaña más, sobre las deudas a largo plazo contraídas por las empresas agrarias, reduciendo las cuotas de devolución de créditos en la revisión de los mismos, y dando un margen a los gastos financieros.

Gráfico 17. Evolución del valor del Euribor. En porcentaje



Fuente: Euribor (2012).

Aunque el problema cuantitativo parece haberse reducido, dado el bajo coste del dinero, a nivel cualitativo el problema financiero de algunas empresas se ha visto agravado por la presión ejercida por la coyuntura económica general. Esta circunstancia ha llevado a un mayor uso de los fondos ICO para obtener liquidez. No obstante, las restricciones al crédito que tienen lugar en otros sectores de la economía no se manifiestan con la misma intensidad en el sector agroalimentario, siendo éste un sector refugio para muchas entidades financieras.

No obstante, la crisis internacional ha propiciado un ambiente de desconfianza en los mercados y un incremento del riesgo de impago. Por ello, las empresas aseguradoras de crédito y caución siguen reduciendo la cartera de clientes asegurados y los riesgos cubiertos de las entidades comercializadoras, debiendo, en muchas ocasiones, ser las propias empresas agrícolas las que asumen los riesgos de impago debido a las escasas coberturas de crédito ofrecidas en el sector.

En este sentido, los costes financieros de los productores y comercializadores de productos agrarios que deberían haberse visto reducidos gracias a la aprobación de la Ley 15/2010, de 5 de julio, que modifica la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales, han seguido siendo considerables para los productores murcianos.

4.7. Otros costes

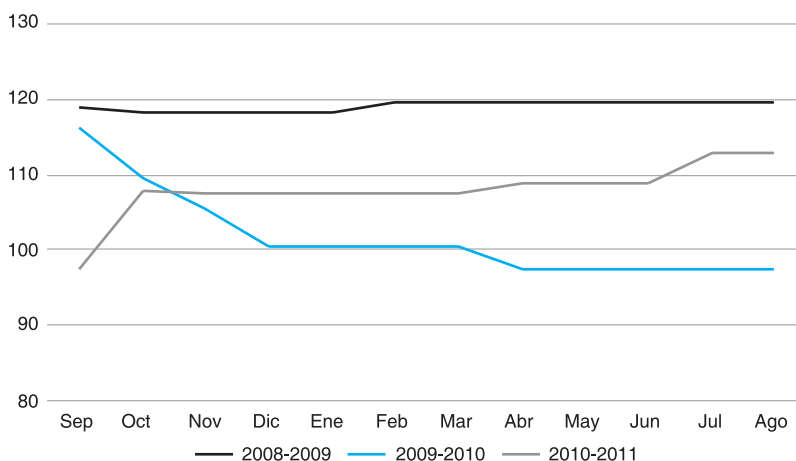
Junto a los principales factores citados anteriormente que afectan a los costes de producción, hay otros factores que, aunque en menor medida, también influyen en las rentas percibidas por los agricultores. A continuación se analiza la evolución experimentada por estos factores y su comportamiento en la campaña 2010/2011.

4.7.1. Semillas y plantones

El precio de las semillas sufrió un fuerte incremento en el último trimestre de 2007 que se mantuvo hasta agosto de 2009. A partir de septiembre de ese año, descendió durante toda la campaña hasta septiembre de 2010, donde los precios de las semillas disminuyeron por debajo del nivel de referencia del año 2005. Durante la última campaña,

de septiembre a octubre los precios de las semillas se incrementaron en torno al 10% permaneciendo estables y con valores comprendidos entre el 7% y el 8% de los precios de 2005. En los dos últimos meses estos precios se incrementaron ligeramente hasta alcanzar el 13% de su valor respecto al año de referencia (Gráfico 18).

Gráfico 18. Evolución del índice de precios mensuales pagados por los agricultores por las semillas (2008-2011). Año base 2005=100

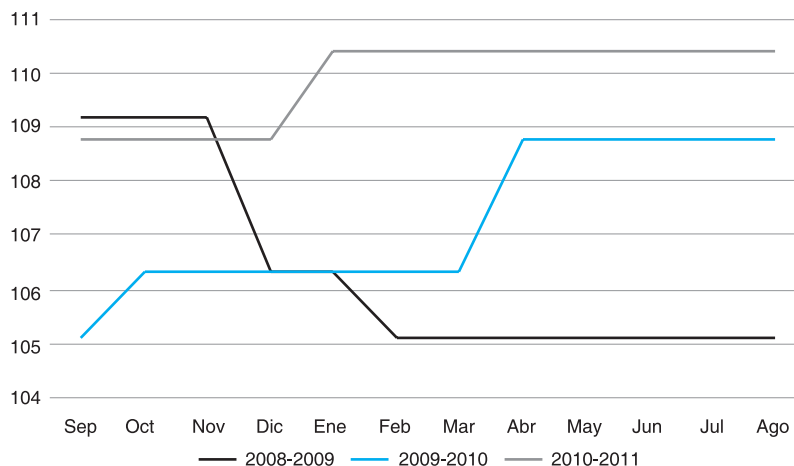


Fuente: MAGRAMA (2012c).

El precio de los plantones también sufrió un fuerte ascenso a partir de la segunda mitad de 2007 y se estabilizó a lo largo de los dos siguientes años en torno al 107%. A pesar del descenso que sufrieron durante el primer trimestre del periodo 2008/2009, en las últimas campañas los precios se han incrementado en dos momentos del tiempo, en abril de 2010 y en enero de 2011, siguiendo el resto de los meses estables. Desde enero de la presente campaña los precios de los plantones son un 8,77% superiores a los pagados por los agricultores en 2005 (Gráfico 19).

Según datos provisionales sobre las macromagnitudes agrarias para 2011 de la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia, las ventas de semillas y plantones en ese año ascendieron a 29,32 millones de euros, lo que supone un descenso, respecto a 2010, del -8,05%, como consecuencia de una caída, ligera en cuanto a las cantidades utilizadas (-0,70%), pero de mayor intensidad en lo relativo a los precios (-7,40%).

Gráfico 19. Evolución del índice de precios mensuales pagados por los agricultores por los plántones (2008-2011). Año base 2005=100



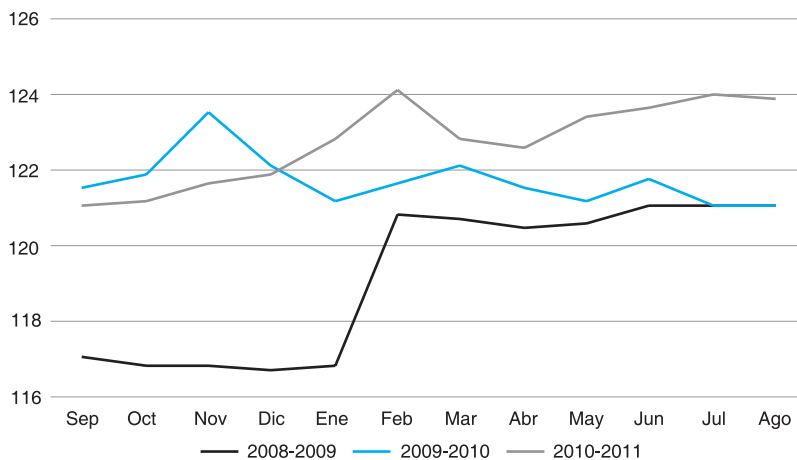
Fuente: MAGRAMA (2012c).

4.7.2. Conservación y reparación de maquinaria y edificios

A pesar de las continuas subidas experimentadas en las últimas campañas, la estabilidad de los precios de conservación y reparación de maquinaria durante todos los meses de la de 2010-2011 ha sido la tónica general (Gráfico 20). Esta estabilización se ha situado en torno a los precios máximos alcanzados en la campaña precedente. En conjunto, en la Región de Murcia se redujeron un -1,40% las cantidades y se incrementaron un 0,50% los precios, obteniéndose como resultado un descenso del valor del -0,91% en la campaña 2010-2011, con respecto a la anterior.

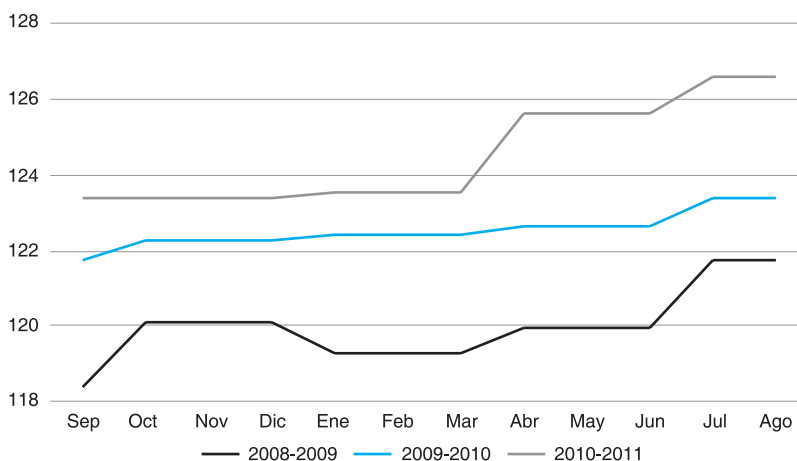
Con relación a los precios de conservación y reparación de edificios se aprecia una estabilidad continuada a lo largo de cada una de las campañas. En la última los costes se han mantenido prácticamente constantes en torno al 23% por encima de los pagados en 2005 en la primera mitad de la campaña, incrementándose hasta el 26% en los últimos meses de la misma (Gráfico 21).

Gráfico 20. Evolución del índice de precios mensuales pagados por los agricultores por la conservación y reparación de maquinaria (2007-2011). Año base 2005=100



Fuente: MAGRAMA (2012c).

Gráfico 21. Evolución del índice de precios mensuales pagados por los agricultores por la conservación y reparación de edificios (2008-2011). Año base 2005=100



Fuente: MAGRAMA (2012c).

En la Región de Murcia, el coste del mantenimiento de los edificios en 2011 ascendió a 17,77 millones de euros. El hecho de que las cantidades de trabajo registradas se mantuvieran constantes, con respecto a 2010, y que los precios se incrementaran en un 1,8%, han provocado un incremento de valor en el mismo porcentaje.

En términos generales, durante la campaña 2010/2011 se ha producido, respecto a la anterior, un incremento tanto de las cantidades (2,60%) como, sobre todo, de los precios de los consumos intermedios (3,16%), lo que finalmente ha provocado un incremento del 5,64% del valor. Estos crecimientos contrastan con los descensos de los precios medios de los productos agrarios (-6,73%) y, por lo tanto, del valor de la producción agraria (-5,10%), lo que, en gran medida, explica el descenso de la renta agraria (-11,39%).

5. Factores que afectan a los ingresos

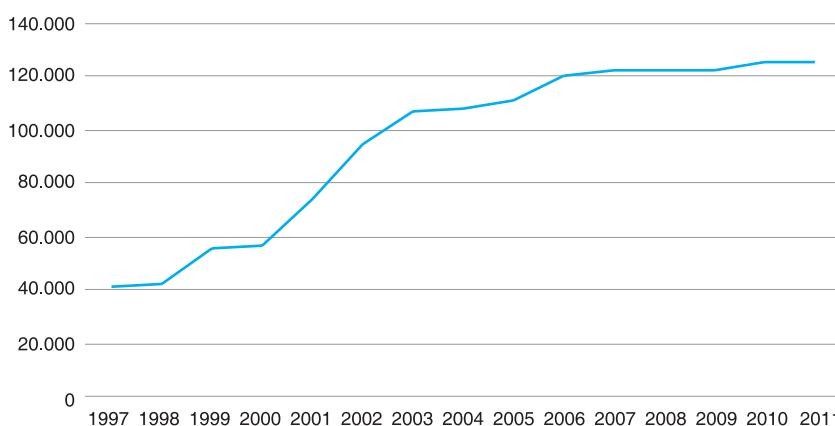
5.1. Evolución de la superficie de cultivo

En la campaña 2010/2011 la superficie de los cultivos herbáceos y leñosos en la Región de Murcia alcanzó las 305.211 hectáreas, cifra que si bien supone un ligero incremento (0,5%) respecto a la anterior, es inferior a las otras tres campañas que le preceden, en concreto un -9,4% con relación a la campaña 2006-2007.

Una de las características más destacables de la agricultura murciana es la gran diversidad de orientaciones productivas que se observan en un espacio territorial relativamente reducido. Además, el mayor porcentaje del valor económico de esta agricultura se concentra en el regadío, uno de los sistemas productivos más eficientes y rentables de la agricultura europea. Este regadío, que se extiende prácticamente por toda la Región, ha conseguido un elevado grado de tecnificación. Ello le ha permitido modernizarse y lograr una eficiencia muy alta en el uso de un recurso como el agua, tan escaso y de tanta importancia estratégica para la agricultura y, en general, para todo el tejido productivo y la sociedad de la Región de Murcia.

El Gráfico 22 muestra la evolución del riego localizado, que ha pasado de las 50.000 hectáreas, a finales de la década de los 90, hasta las 125.592 hectáreas en 2011. Actualmente esta superficie se mantiene casi estable desde los últimos 5 años, pero con ligeros incrementos (2,77% en 2011 respecto a 2007), representando el 67,13% de la superficie total de regadío de la Región (187.064 hectáreas), cifra que se sitúa en el 83,15% en el conjunto de los cultivos hortofrutícolas.

Gráfico 22. Evolución del riego localizado (1997-2011). En hectáreas



Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia.

En general, la escasa rentabilidad de los cultivos de secano continúa produciendo un disminución de la superficie cultivada. Sin embargo, en la última campaña los agricultores, animados por las abundantes precipitaciones del mes de noviembre y de las dos campañas anteriores, han incrementado la superficie de cultivo de secano respecto a la campaña anterior. Estos incrementos han sido del 5,39% para los cereales, del 7,94% para los cultivos industriales y del 22,53% para los forrajeros. De forma similar, la disponibilidad de agua en la campaña 2010-2011, como consecuencia del aumento del agua trasvasada del Tajo (302 hm³), ha propiciado un incremento de la superficie de las hortalizas (1,73%), continuando de esta forma la tendencia creciente iniciada a partir de la campaña 2008-2009 (Tabla 6).

**Tabla 6. Evolución de la superficie por tipo de cultivo (2006-2011).
En hectáreas**

Cultivo	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010*	2010-2011*	% Var. 10-11/09-10
Total herbáceos	117.005	106.404	107.312	103.860	107.570	3,57
Cereales para grano	62.155	53.298	54.316	49.496	52.166	5,39
Cultivos forrajeros	797	743	574	506	620	22,53
Cultivos industriales	1.492	1.615	1.194	1.134	1.224	7,94
Flores	427	407	398	386	382	-1,04
Hortalizas	48.214	46.516	47.154	47.903	48.733	1,73
Leguminosas para grano	1.860	1.669	876	2.156	2.124	-1,48
Tubérculos consumo humano	2.060	2.156	2.900	2.279	2.321	1,84
Total leñosos	210.894	209.094	204.153	199.795	197.641	-1,08
Cítricos	38.767	37.862	37.587	40.232	38.780	-3,61
Frutales no cítricos	102.201	101.874	101.033	98.152	99.026	0,89
Olivar	22.856	23.225	23.187	22.961	23.129	0,73
Otros cultivos leñosos	1.006	966	1.089	1.034	1.026	-0,77
Viñedo	45.838	44.839	40.907	37.006	35.248	-4,75
Viveros	226	328	350	410	432	5,37
Sup. agrícola en producción	327.899	315.498	311.465	303.655	305.211	0,51

* Datos provisionales.

Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia.

Entre los cultivos hortícolas, la mayor parte de la superficie pertenece a especies cultivadas al aire libre (91,0%), destacando las correspondientes a la lechuga (27,9%), el brócoli (21,8%), el melón (12,3%), la alcachofa (13,7%), la sandía (4,4%) y la coliflor (2,5%). En la campaña 2010-2011 se cultivaron 4.410 hectáreas en invernadero, 332 hectáreas menos que en la anterior, lo que supone un descenso del 7,0%. Las especies más cultivadas bajo invernadero son el tomate (2.623 hectáreas) y el pimiento (1.188 hectáreas). Precisamente estas dos últimas son las que presentan una continua disminución de la superficie cultivada, que, respecto a la campaña anterior, ha sido del -14,7% para el tomate y del -3,3 para el pimiento (Tabla 7).

En el caso del tomate, esta fuerte reducción de la superficie viene motivada por la desaparición de empresas productoras altamente especializadas en este cultivo, que no han podido resistir los envites de la fuerte competencia. En cambio, el buen comportamiento de los precios de la campaña anterior (2009-2010) de las principales hortalizas cultivadas al aire libre justificaría el incremento de la superficie cultivada en todas ellas, excepto en melón que se ha visto ligeramente reducida (-0,8%). Los mayores incrementos se han producido en la alcachofa (11,8%), seguida de la sandía (8,7%), la coliflor (6,5%), el brócoli (3,0%) y la lechuga (2,2%).

Tabla 7. Evolución de la superficie de los principales cultivos hortícolas (2006-2011). En hectáreas

Cultivo	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-20010*	2010-2011*	% Var. 10-11/09-10
Lechuga	12.788	12.148	12.668	13.309	13.596	2,2
Brócoli	9.843	9.581	9.914	10.308	10.618	3,0
Melón	5.700	5.457	5.979	6.035	5.989	-0,8
Alcachofa	7.098	6.259	5.707	5.985	6.694	11,8
Tomate	4.118	4.064	4.026	3.260	2.780	-14,7
Sandía	1.435	1.583	1.748	1.979	2.152	8,7
Pimiento	1.799	1.738	1.671	1.379	1.334	-3,3
Coliflor	1.178	1.306	1.159	1.129	1.202	6,5

* *Datos provisionales.*

Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia.

En cuanto a los cultivos leñosos, el ciruelo acumula seis campañas consecutivas perdiendo superficie, cifrándose el descenso de la última campaña en el -2,18% (Tabla 8). De esta forma, en los últimos seis años ha visto reducida su superficie en 2.597 hectáreas, menos de la mitad (-56,3%). Esta situación se explica por la no renovación de las parcelas debido a la pérdida de competitividad por la ausencia de variedades adecuadas. Por ello, la tendencia es mantener las plantaciones de variedades tempranas que llegan al mercado antes que las extremeñas. Uno de los hechos influyentes en este proceso es la elevada calidad y el precio competitivo alcanzado por el producto extremeño, con el que la producción murciana coincide en fechas.

Tabla 8. Evolución de la superficie de los principales cultivos frutícolas (2006-2011). En hectáreas

Cultivo	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-20010*	2010-2011*	% Var. 10-11/09-10
Melocotonero	14.074	13.132	13.895	13.773	13.773	0,00
Viñedo de mesa	6.140	5.927	5.470	5.159	5.457	5,78
Albaricoquero	10.108	10.027	10.224	8.921	8.957	0,40
Ciruelo	4.325	3.558	3.383	2.063	2.018	-2,18
Naranja	10.615	10.225	10.065	10.464	9.867	-5,71
Mandarino	4.553	4.634	4.472	5.294	5.418	2,34
Limonero	23.229	22.530	22.484	23.768	22.764	-4,22
Pomelo	370	415	508	641	662	3,28

* *Datos provisionales.*

Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia.

Mejor suerte han corrido los dos principales frutales de hueso, melocotonero y albaricoquero. En el caso del albaricoquero, la superficie no sólo no ha continuado el descenso iniciado en la campaña anterior, sino que se ha incrementado ligeramente (0,40%). Ello obedece a la importante reconversión varietal que se está llevando a cabo, especialmente en las zonas de producción de albaricoque con destino al mercado en fresco, donde variedades como Valencianos y Búlida se están sustituyendo por albaricoque “tipo francés”, más demandados por el consumidor y con mayor calidad para la exportación. Esta reconversión se está viendo favorecida por la Orden de 14 junio de 2011, de la Consejería de Agricultura y Agua, por la que se establecen las bases reguladoras y se convocan ayudas para los titulares de plantaciones de albaricoqueros distintos de la variedad Búlida destinadas a fomentar la reconversión de plantaciones de determinadas especies frutícolas. En el caso del melocotón la superficie se ha mantenido constante en la última campaña debido a que los arranques de variedades de melocotón amarillo se están sustituyendo por paraguayos y variedades de melocotón rojo de mayor interés comercial.

Respecto a la uva, la campaña 2010-2011 invierte la tendencia de descenso continuado de cinco años, produciéndose un incremento del 5,78% respecto a la campaña anterior. Este incremento de la superficie se debe al cultivo de las variedades apirenas, de mayor demanda, en detrimento de las variedades con semillas. A pesar de este incremento, la superficie en la última campaña se mantiene muy por debajo a la de 2004-2005 (-13,4%).

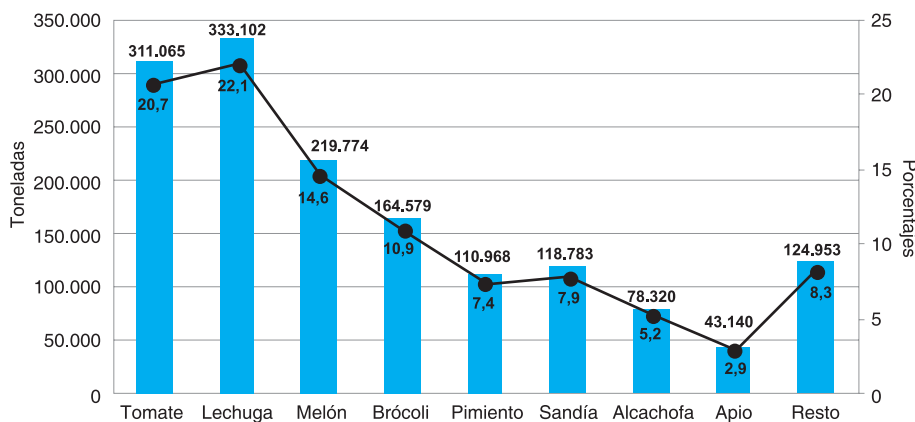
Similar descenso al del ciruelo, incluso de mayor intensidad en la última campaña, lo han experimentado los dos cítricos más importantes, limonero y naranjo, que han visto disminuida su superficie en un -4,22% y -5,71%, respectivamente, quebrando así la tendencia creciente iniciada en la campaña anterior. En cambio, mandarino y pomelo han incrementado la superficie en la última campaña. De esta forma, la superficie de pomelo continúa la senda ascendente de las últimas seis campañas, hasta alcanzar las 662 hectáreas en la 2010-2011, y casi duplicar las 355 hectáreas de la campaña 2005-2006. En el caso del mandarino, la superficie se ha visto incrementada en un 2,34%, continuando así la tendencia creciente iniciada en el periodo anterior y alcanzando la mayor superficie (5.418 hectáreas) de las últimas quince campañas (Tabla 8).

5.2. Evolución de la producción agrícola

Al igual que en los informes anteriores, el análisis de la producción de la campaña hortofrutícola 2010-2011 se basará en las especies hortícolas, cítricos y frutales que concentran el volumen principal de la actividad agrícola.

En la campaña 2010-2011, la producción total de hortalizas alcanzó 1.504.684 toneladas, repartidas entre unas 35 especies diferentes, pero donde las tres y ocho hortalizas más importantes aportaron el 57,4% y el 91,7% de la producción hortícola, respectivamente. Estas ocho especies son las que aparecen en el Gráfico 23, destacando la lechuga (22,1%), el tomate (20,7%) y el melón (14,6%).

Gráfico 23. Volumen de producción de las principales hortalizas en la campaña 2010/2011. En toneladas y porcentaje (datos provisionales)

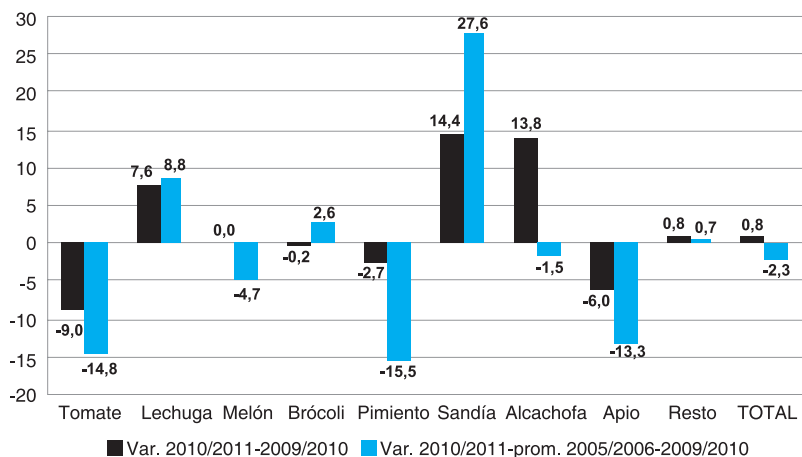


Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia.

Si la comparación se realiza con la campaña anterior, se observa un cierto equilibrio en el número de hortalizas que han incrementado/disminuido su producción. Así, mientras que la sandía (14,4%), alcachofa (13,8%) y lechuga (7,6%) la han incrementado, y en melón y brócoli ha permanecido constante, en el apio y en los cultivos bajo invernadero (tomate y pimiento) ha disminuido. No obstante, la caída en la producción de estos dos cultivos, -9,0% en el caso del tomate y -2,7% en el

del pimiento, es inferior al descenso experimentado por la superficie de cultivo, lo que revela el esfuerzo continuado de modernización de los invernaderos para incrementar los rendimientos obtenidos.

Gráfico 24. Evolución de la producción de las principales hortalizas. En porcentaje

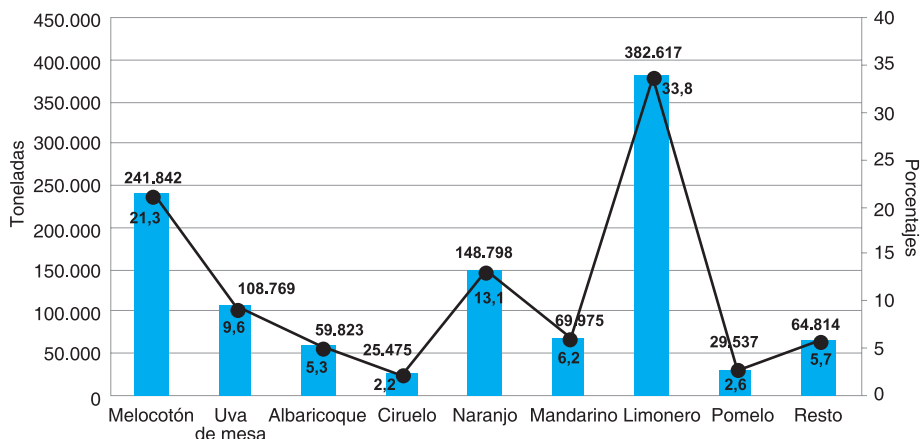


* Los datos de las campañas 2009/2010 y 2010/2011 son provisionales.
 Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia.

Con relación a las frutas, una campaña más la Región de Murcia continúa siendo un gran referente nacional en la producción de albaricoque, melocotón, ciruela y uva de mesa, entre las frutas no cítricas, y de limón entre las cítricas. Estas cinco especies, junto con la naranja, la mandarina y el pomelo representan el 94,1% de la producción frutícola de la Región, destacando entre ellas las producciones de limón (33,8%), melocotón (21,3%) y naranja (13,1%), que juntas alcanzan el 68,2% del total de la producción de frutas cítricas y no cítricas (Gráfico 25). La oferta de la Región se complementa con otras ocho especies, entre las que destacan el almendro, el peral y el manzano.

En la campaña 2010-2011 la producción total de frutas ascendió a 1.133.661 toneladas. De ellas, 393.380 toneladas corresponden a frutales no cítricos, 108.769 toneladas a uva de mesa y 631.512 toneladas a cítricos, de las que más de la mitad (57,3%), 382.617 toneladas, son de limones. No obstante, estas dos últimas cifras están muy alejadas de las 800.000 toneladas de cítricos y 550.000 de limones de finales de la década de los 90.

Gráfico 25. Volumen de producción de las principales frutas en la campaña 2010/2011. En toneladas y porcentaje (datos provisionales)



* Los datos de las campañas 2009-2010 y 2010-2011 son provisionales.
Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia.

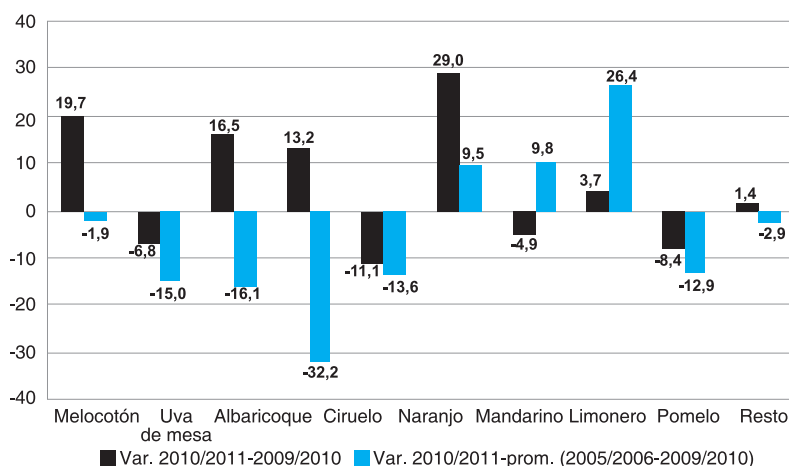
Respecto a la campaña anterior, la cosecha de frutas se ha incrementado el 1,4%, cifra que enmascara el desigual comportamiento de los cítricos en relación al resto (Gráfico 26). Así, los frutales no cítricos han incrementado su producción el 13,3%, suficiente para compensar el descenso registrado en los cítricos (-3,3%).

Al incremento de la producción de frutas no cítricas han contribuido los aumentos de melocotón (19,7%), albaricoque (16,5%) y ciruela (13,2%), que han contrarrestado ampliamente el descenso de la producción de uva de mesa (-6,8%). En cambio, la merma en la cosecha de cítricos se debe a las bajadas de producción de las dos más importantes, limones y naranjas, que en la campaña 2010-2011 han experimentado un descenso en su producción del -4,9% y -11,1% respectivamente, en buena parte por la reducción de la superficie cultivada. Los descensos en las producciones de estos dos frutales cítricos no han podido ser compensadas por el importante crecimiento de la producción de mandarinas (29,0%) y, en menor medida, de pomelo (3,7%).

Si se compara la producción de frutas de la campaña 2010-2011 con la media de las cinco anteriores, se observa una reducción del -2,97%. Sin embargo, este dato también oculta comportamientos muy dispares entre especies, pero con el denominador común del descenso de las pro-

ducciones, salvo en tres cítricos. Se trata del pomelo, en el que han crecido un 26,4% y, en menor medida, de las correspondientes a la naranja y el limón con incrementos en torno al 9,5%. Las reducciones más importantes en las cantidades recolectadas se han producido en ciruelo (-32,2%), albaricoque (-16,1%), uva de mesa (-15,0%) y melocotón (-1,9%), en el caso de las frutas no cítricas, y en naranja (-11,1%) en las cítricas.

Gráfico 26. Evolución de la producción de las principales frutas. En porcentaje



* Los datos de las campañas 2009-2010 y 2010-2011 son provisionales.

Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia.

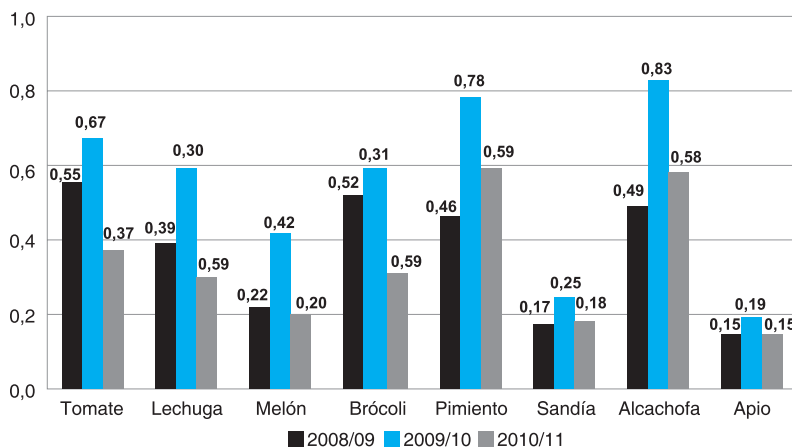
5.3. Evolución de los precios

En las 16 frutas y hortalizas analizadas en este apartado, responsables aproximadamente del 62% del total del valor de la producción vegetal de la Región de Murcia, el comportamiento de los precios percibidos por los agricultores en la campaña 2010/2011 se caracteriza por el descenso generalizado, no sólo respecto a la anterior, en la que se obtuvieron buenos precios, sino también con relación a la campaña 2008-2009 y al promedio de las cinco campañas anteriores. Tan sólo dos frutas, uva de mesa y albaricoque, han mejorado sus cotizaciones, alcanzando sus precios incrementos del 14,71% y 30,91%, respectivamente, con relación a la campaña anterior. Los mayores descensos en las cotizaciones, con reducciones en torno al 50% respecto a la campaña anterior,

han recaído en melón (-52,38%), lechuga (-49,15%), brócoli (-47,36%) y tomate (-44,78%), en cuanto a las hortalizas; y en limón (-43,33%) y la naranja (-37,93%) entre las frutas (Gráficos 27 y 28).

Este mal comportamiento de los precios hortofrutícolas en la campaña 2010/2011 también se pone de manifiesto si se comparan con los de hace dos campañas y con la media del periodo 2006-2010. En ambos casos, tan sólo la alcachofa, la uva de mesa y el albaricoque han experimentado una mejoría de los mismos, a los que también se une el pimiento y la sandía en el primer caso.

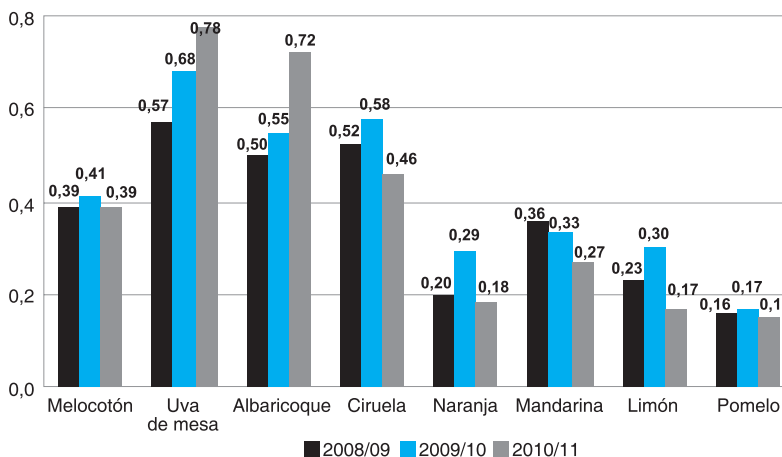
Gráfico 27. Evolución de los precios de las principales hortalizas. En euros



* Los datos de las campañas 2009-2010 y 2010-2011 son provisionales.

Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia.

Gráfico 28. Evolución de los precios de las principales frutas. En euros



* Los datos de las campañas 2009-2010 y 2010-2011 son provisionales.
Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia.

Varias son las causas que explican este comportamiento generalizado a la baja en la última campaña, destacando: a) la crisis generalizada, que disminuye la demanda y hace que los consumidores sean más sensibles al precio y le den más importancia en sus decisiones de compra; b) el continuo aumento de la competencia; c) el enorme desequilibrio de poder de negociación a favor de la gran distribución; y d) la crisis provocada por la bacteria *E-coli*.

En cualquier caso, la situación vivida en esta campaña 2010/2011 no sólo deja sin efecto el alivio que bastantes explotaciones agrarias encontraron en los buenos precios de la campaña anterior, sino que, de nuevo, ponen en peligro la continuidad de muchas de ellas que ven reducidos sus márgenes debido a la tendencia a la baja de los precios en los últimos años, junto al incremento de los costes de producción.

Con la finalidad de conocer la evolución de los ingresos percibidos por los agricultores murcianos por la ventas de las principales frutas y hortalizas, se han multiplicado las cantidades producidas por los precios obtenidos durante la última campaña 2010-2011 y se han comparado con los obtenidos en la campaña anterior (Tabla 9) y con la media de las cinco campañas anteriores (Tabla 10) al objeto de evitar posibles problemas coyunturales asociados a una campaña irregular.

Tabla 9. Evolución de los ingresos para las principales hortalizas y frutas. Valores corrientes en euros y cantidades en toneladas (datos provisionales)

Producto	2009/2010			2010/2011			% var. 10/11-09/10
	Cantidad	Precio	Ingresos	Cantidad	Precio	Ingresos	
Tomate	341.702	0,67	228.940	311.065	0,37	115.094	-49,7
Lechuga	309.434	0,59	182.566	333.102	0,30	99.931	-45,3
Melón	219.829	0,42	92.328	219.774	0,20	43.955	-52,4
Brócoli	164.928	0,59	97.308	164.579	0,31	51.019	-47,6
Pimiento	113.990	0,78	88.912	110.968	0,59	65.471	-26,4
Sandía	103.840	0,25	25.960	118.783	0,18	21.381	-17,6
Alcachofa	68.828	0,83	57.127	78.320	0,58	45.426	-20,5
Apio	45.900	0,19	8.721	43.140	0,15	6.471	-25,8
Naranja	167.292	0,29	48.515	148.798	0,18	26.784	-44,8
Mandarina	54.258	0,33	17.905	69.975	0,27	18.893	5,5
Limón	402.316	0,30	120.695	382.617	0,17	65.045	-46,1
Pomelo	28.478	0,17	4.841	29.537	0,15	4.431	-8,5
Melocotón	202.003	0,41	82.821	241.842	0,39	94.318	13,9
Uva de mesa	116.743	0,68	79.385	108.769	0,78	84.840	6,9
Albaricoque	51.370	0,55	28.254	59.823	0,72	43.073	52,5
Ciruela	22.501	0,58	13.051	25.475	0,46	11.719	-10,2
Total	2.413.412	0,49	1.177.329	2.446.567	0,33	797.849	-32,2

Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia. Elaboración propia.

Los datos confirman unos resultados poco favorables durante la campaña 2010/2011, respecto a la anterior, produciéndose una caída generalizada de los ingresos en casi todos los productos, en un contexto de encarecimiento de los costes, y que en el conjunto se estima en el -32,2%. Los descensos más importantes en los ingresos, por encima del 40%, han correspondido al melón (-52,4%), el tomate (-49,7%), el brócoli (-47,6%), la lechuga (-45,3%), el limón (-46,1%) y la naranja (-44,8%), correspondiendo las caídas menos acusadas de los ingresos al pimiento (-26,47%), el apio (-25,8%), la alcachofa (-20,5), la sandía (-17,6%), la ciruela (-10,2%) y el pomelo (-8,5%). En cambio, tan sólo cuatro productos han visto incrementados sus ingresos: el albaricoque (52,5%), el melocotón (13,9%), la uva de mesa (6,9%) y la mandarina (5,5%).

Los resultados de la campaña 2010/2011, en relación a la anterior, se suavizan ligeramente si la comparación se realiza con respecto a los ingresos medios de las cinco campañas anteriores. Esta consideración se observa tanto en el conjunto de los productos, para los que se aprecia un descenso de los ingresos del -21,9%, como para la mayoría considerados de forma individual (Tabla 10). Ahora se observa que es inferior el número de productos que han disminuido los ingresos por encima del 40%, en concreto: el tomate (-43,5%), el apio (-42,6%), el melón (-42,4%) y la ciruela (-41%). Descensos menos acusados corresponden al limón (-33,8%), el brócoli (-28,0%), la lechuga (-27,0%), la naranja (-22,0%), el pimiento (-13,8%), el melocotón (-12,3%), la sandía (-5,0%) y la mandarina (-4,9%). En cambio, han incrementado los ingresos el albaricoque (36,4%) y la uva de mesa (23,9%), al igual que en el caso anterior, a los que también se unen los incrementos de la alcachofa (13,0%) y el pomelo (8,7%).

Tabla 10. Evolución de los ingresos para las principales hortalizas y frutas. Valores corrientes en euros y cantidades en toneladas

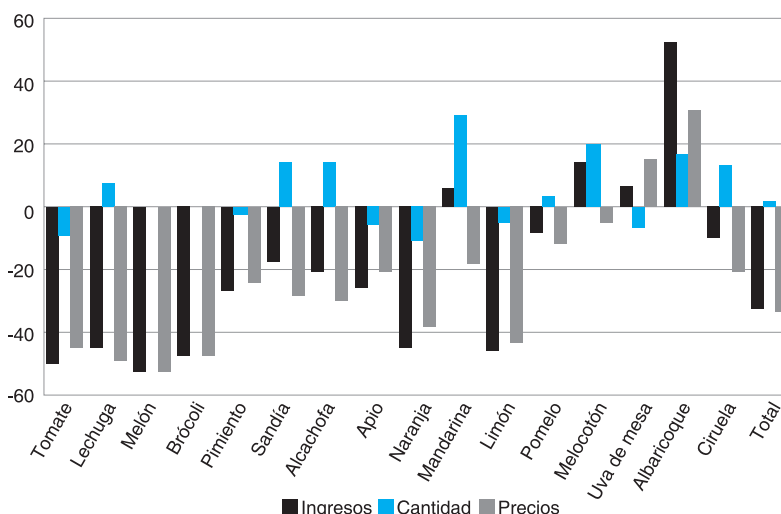
Producto	2006-2010*			2010-2011*			% var. 10/11-06/10
	Cantidad	Precio	Ingresos	Cantidad	Precio	Ingresos	
Tomate	365.123	0,56	203.739	311.065	0,37	115.094	-43,5
Lechuga	306.263	0,45	136.869	333.102	0,30	99.931	-27,0
Melón	230.509	0,33	76.275	219.774	0,20	43.955	-42,4
Brócoli	160.399	0,44	70.823	164.579	0,31	51.019	-28,0
Pimiento	131.324	0,58	75.953	110.968	0,59	65.471	-13,8
Sandía	93.065	0,24	22.509	118.783	0,18	21.381	-5,0
Alcachofa	79.517	0,51	40.187	78.320	0,58	45.426	13,0
Apio	49.772	0,23	11.272	43.140	0,15	6.471	-42,6
Naranja	172.199	0,20	34.350	148.798	0,18	26.784	-22,0
Mandarina	63.883	0,31	19.866	69.975	0,27	18.893	-4,9
Limón	348.455	0,28	98.243	382.617	0,17	65.045	-33,8
Pomelo	23.370	0,17	4.075	29.537	0,15	4.431	8,7
Melocotón	246.543	0,44	107.557	241.842	0,39	94.318	-12,3
Uva de mesa	127.917	0,54	68.474	108.769	0,78	84.840	23,9
Albaricoque	71.293	0,44	31.588	59.823	0,72	43.073	36,4
Ciruela	37.559	0,53	19.851	25.475	0,46	11.719	-41,0
Total	2.507.191	0,41	1.021.631	2.446.567	0,33	797.849	-21,9

* Los datos de las campañas 2009/2010 y 2010/2011 son provisionales.

Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia. Datos provisionales.

En el Gráfico 29 se puede ver, para las principales frutas y hortalizas cultivadas en la Región de Murcia, la evolución de las cantidades, los precios y los ingresos obtenidos en la campaña 2010/2011 en comparación a la anterior.

Gráfico 29. Variación de los ingresos, cantidades y precios para las principales hortalizas y frutas en la campaña 2010/2011 respecto a la de 2009/2010. En porcentaje (datos provisionales)



Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia. Elaboración propia.

Del análisis conjunto de estas dimensiones (signo y magnitud de la evolución) se puede concluir que esta campaña hortofrutícola ha sido en general, más desfavorable, en especial para las hortalizas. Ello obedece, al acusado descenso de los ingresos, estimado en el -32,2%, a pesar del ligero incremento de las cantidades producidas (1,4%), provocado por la fuerte caída de los precios (-33,2%). Desagregando por cultivos:

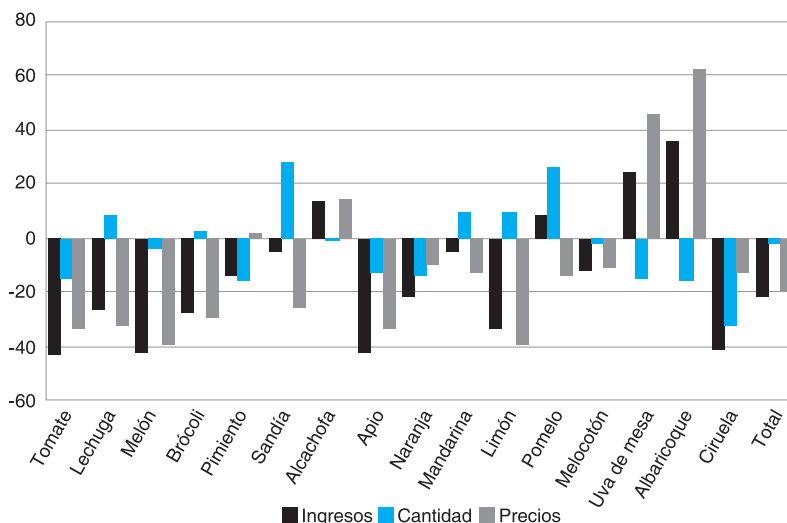
- Las cifras más desfavorables han venido de la mano del melón, el tomate, el brócoli y la lechuga, entre las hortalizas, y el limón y la naranja, entre los cítricos, que presentan un descenso de los ingresos mayor del 40%.

- Tampoco han presentado un buen comportamiento, aunque mejor que el anterior grupo, el pimiento, el apio, la alcachofa y la sandía, entre las hortalizas, la ciruela, entre los frutales, y el pomelo entre los cítricos, cuyos ingresos han descendido entre el 5% y el 30%.
- No obstante, el albaricoque, el melocotón, la uva de mesa y la mandarina, son productos en los que sus ingresos se incrementaron.

Ampliando el periodo de comparación a las cinco campañas anteriores, para eliminar los efectos coyunturales conviene matizar al alza la valoración que se acaba de realizar de la campaña 2011/2012 con relación a la anterior. Incluso bajo esta premisa, la última campaña hortofrutícola también puede considerarse negativa. Esta valoración se debe al notable descenso de los ingresos, estimado en el -21,9%, provocado por una ligera caída de las cantidades producidas (-2,4%) y un fuerte retroceso de los precios (-20,0%). Particularizando por cultivos (Gráfico 30):

- Los datos más negativos corresponden al tomate, el apio, el melón y la ciruela, cuyos ingresos han descendido más del 40%.
- Le siguen, con cifras poco halagüeñas, el brócoli, la lechuga, el pimiento y la sandía, entre las hortalizas, el melocotón, entre las frutas, y el limón, la naranja y la mandarina, entre los cítricos, que presentan un descenso de los ingresos entre el 5% y el 30%.
- Los productos que incrementaron sus ingresos fueron la alcachofa, entre las hortalizas, el albaricoque y la uva de mesa, entre las frutas, y el pomelo entre los cítricos.

Gráfico 30: Variación de los ingresos, cantidades y precios para las principales hortalizas y frutas en la campaña 2010/2011 respecto a la media de las campañas 2005/2006-2009/2010. En porcentaje



* Los datos de las campañas 2009/2010 y 2010/2011 son provisionales.

Fuente: Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia. Elaboración propia.

6. Comercio exterior

6.1. Evolución de las exportaciones

6.1.1. Análisis por productos

Las buenas noticias para la hortofruticultura de la Región llegaron la pasada campaña de la mano de la demanda exterior. Así, durante la campaña 2010/2011 se ha producido una evolución positiva del volumen exportado de frutas y hortalizas. No obstante, las ventas de frutas han crecido en mayor proporción que las de hortalizas. Como puede observarse en la Tabla 11, durante el periodo analizado el incremento en toneladas de frutas vendidas en el exterior se ha concretado en un 15,7% más que en la anterior campaña. El crecimiento de las hortalizas, como se ha acaba de mencionar, ha sido más modesto, del 5,7%, materializándose la cifra final del conjunto de las frutas y hortalizas en un aumento del 10,3%.

El comportamiento positivo de las ventas hortícolas se ha debido principalmente a la mayor comercialización de productos como la lechuga, principal hortaliza exportada por la Región murciana, cuyos envíos se han incrementado en un 9,9%. La mayor venta de esta hortaliza se ha correspondido con el mayor volumen producido, de manera que el mercado europeo se está mostrando receptivo a la creciente entrada de esta hortaliza. Otro crecimiento importante se ha producido en la exportación de brócoli, que a pesar de haber mantenido una producción prácticamente constante durante esta campaña, ha mejorado la comercialización exterior en un 10%, en detrimento del volumen aportado al mercado nacional. También hay que destacar positivamente la evolución de las ventas exteriores de apio que han crecido en un 4,3%, máxime si se tiene en cuenta que su volumen ha descendido en términos productivos.

Pero no todas las hortalizas han presentado una evolución positiva, de hecho el caso más desfavorable ha venido de la mano del tomate que ha mermado tanto su producción como su exportación, ésta última en un 6,2%, lo cual es bastante significativo teniendo en cuenta que se trata de la tercera hortaliza en importancia en términos de comercialización exterior. Un comportamiento similar se ha producido en la producción y venta exterior de pimiento, aunque con descensos proporcionalmente más pequeños. No obstante, el retroceso más acusado ha tenido lugar en las ventas de coles, que ha sido un 12,4% inferior al del periodo de referencia.

En el caso de las frutas, los mayores incrementos han venido de la mano de los cítricos, principalmente de naranja y mandarina, cuyos envíos han crecido por encima del 45% respecto a la campaña anterior, aunque con matices un tanto diferentes. Así, las naranjas han mejorado sus ventas a pesar de que la producción local se ha visto mermada durante el periodo analizado. Situación similar ha tenido lugar en el caso del limón, aunque el aumento en volumen comercializado ha sido más modesto, del 21,5%. Las mandarinas, sin embargo, han experimentado crecimientos tanto en producción como en las exportaciones. Otra fruta a destacar, en cuanto a exportación, es la uva de mesa que ha mejorado sus envíos en un 24,3%, a pesar de haber sufrido una merma en su producción. En este caso, como puede verse en la Tabla 11, sólo sandía y albaricoque han disminuido el volumen comercializado fuera de nuestras fronteras y con descensos que rondan el 20%, lo cual no ha tenido una repercusión acusada en el cómputo total, como se deduce de las cifras de conjunto.

Tabla 11. Evolución de las exportaciones por productos. En toneladas

Producto	2008/2009	2009/2010	2010/2011	% var. 10/11-09/10
Lechuga	415.236	419.500	460.922	9,9
Col	38.449	39.072	34.233	-12,4
Brócoli	168.362	167.731	184.525	10,0
Tomate	129.742	113.883	106.823	-6,2
Pimiento	92.940	96.038	93.105	-3,1
Apio	53.047	49.206	51.335	4,3
Otros	103.694	107.855	118.878	10,2
Total hortalizas	1.001.469	993.284	1.049.821	5,7
Limón	329.306	244.281	296.710	21,5
Naranja	86.458	56.275	82.408	46,4
Mandarina	65.541	56.681	82.614	45,8
Melón	181.335	156.431	168.795	7,9
Sandía	89.568	121.100	93.768	-22,6
Melocotón	83.572	67.468	80.231	18,9
Albaricoque	24.311	15.034	12.035	-19,9
Ciruela	18.708	15.493	18.490	19,3
Uva de mesa	68.740	61.268	76.143	24,3
Otros	49.385	57.441*	73.695	28,3
Total frutas	996.924	851.472	984.888	15,7
Total hortalizas y frutas	1.998.393	1.844.756	2.034.710	10,3

**Dato estimado a partir de datos publicados por la Dirección General de Aduanas modificándose el volumen de los envíos de fresa a Francia, ya que se han considerado como erratas.*

Fuente: Dirección General de Aduanas.

Respecto a la evolución del valor de las exportaciones de frutas y hortalizas, el crecimiento ha sido mucho más modesto, de manera que apenas ha alcanzado el 2%. Además, el comportamiento de estos dos grupos de productos ha manifestado tendencias contrapuestas. Así, las hortalizas han disminuido el valor de las ventas en un 1,7%, mientras que las frutas lo han incrementado en un 6,7% (Tabla 12). Según los datos analizados, la evolución en euros de la mayoría de las principales hortalizas cultivadas en la Región de Murcia ha sido negativa, siendo la col y el pimiento los productos con los descensos más acusados. Tan sólo el apio ha obtenido una mayor cuantía en su comercialización.

Las frutas, sin embargo, han presentado una mayor variabilidad de tendencias, de manera que el crecimiento en valor de la naranja ha sido el más significativo, del 35,8%. La mandarina también ha logrado una

mayor cuantía procedente de sus ventas al extranjero que en la anterior campaña, aunque de menor calado (15%). Para concluir con el análisis del conjunto de cítricos con más representación en la región, destacar que el limón ha presentado cifras negativas en valor (-2,4%). Otra fruta con signo positivo ha sido la uva de mesa, que ha presentado mejores datos en volumen y cuantía con respecto al periodo de referencia, así como melocotón y ciruela. Por otra parte, la mayor recesión sufrida en unidades monetarias ha sido la procedente de la venta de sandía (-25,6%), seguida de la de albaricoque y melón.

A modo de conclusión, se puede afirmar que el apio ha sido el producto dentro de las frutas y hortalizas que ha presentado una evolución más favorable en términos de exportación durante esta campaña, ya que ha aumentado porcentualmente todos los parámetros considerados (volumen, valor y cotización media). Otros cultivos que han evolucionado en términos favorables han sido la naranja, la mandarina, el melocotón, la ciruela y la uva de mesa, con incrementos positivos en volumen y valor, a pesar del descenso de las cotizaciones medias de exportación. En los casos de tomate y albaricoque, la mejor cotización media obtenida no ha podido compensar el retroceso de sus envíos, obteniendo una cuantía total de exportación inferior a la de la campaña pasada.

Por otra parte, productos como la lechuga, el brócoli y el limón han presentado un incremento en sus emisiones al exterior que ha venido de la mano de un descenso de las cotizaciones medias, así como del montante final adquirido. Para finalizar este epígrafe, decir que las frutas y hortalizas que han manifestado un comportamiento más desfavorable han sido col, pimiento y sandía, con retrocesos en volumen, valor y precio medio de exportación.

**Tabla 12. Evolución de las exportaciones por productos.
En miles de euros constantes (campaña base 2007/2008)**

Producto	2008/2009	2009/2010	2010/2011	% var. 10/11-09/10
Lechuga	356.672	376.570	360.652	-4,2
Col	36.331	28.626	23.602	-17,5
Brócoli	168.887	165.647	165.510	-0,1
Tomate	122.920	107.801	106.626	-1,1
Pimiento	94.429	110.200	102.191	-7,3
Apio	41.438	33.536	35.149	4,8
Otras hortalizas	99.437	113.273	126.473	11,7
Total hortalizas	920.114	935.653	920.203	-1,7
Limón	202.976	192.313	187.677	-2,4
Naranja	48.971	36.919	50.150	35,8
Mandarina	47.828	52.408	60.262	15,0
Melón	90.865	96.148	91.615	-4,7
Sandía	28.906	45.838	34.097	-25,6
Melocotón	81.244	79.668	85.500	7,3
Albaricoque	24.652	16.284	14.266	-12,4
Ciruela	26.196	16.516	17.531	6,1
Uva de mesa	102.554	95.676	112.115	17,2
Otras frutas	59.669	73.428	99.180	35,1
Total frutas	713.862	705.199	752.393	6,7
Total hortalizas y frutas	1.633.976	1.640.852	1.672.596	1,9

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

6.1.2. Análisis por meses

6.1.2.1. Hortalizas

La evolución de la comercialización en volumen de hortalizas según meses, se ha caracterizado por la diferenciación clara de dos periodos con tendencias opuestas. De esta manera, hasta el mes de abril los envíos hortícolas han sido superiores a los de la campaña anterior, con la salvedad del mes de octubre en el que la exportación fue un 2% inferior. Este descenso se debe a la menor venta de coles y tomates en dicho mes. La tendencia positiva del resto de meses citados hasta ahora se ha propiciado principalmente por las mayores emisiones de apio, brócoli y lechugas. Por otra parte, de mayo en adelante, el comportamiento de las exportaciones ha sido más desfavorable, con descensos hasta agosto.

Es necesario destacar que a finales de mayo tuvo lugar la alerta sanitaria de *E.coli*, que dificultó la comercialización de estos productos a partir de entonces, pero teniendo en cuenta que el retroceso es más acusado en el mes de julio, parece probable que esta alerta no fuese la única responsable del descenso en las ventas.

En cuanto al comportamiento mensual de las exportaciones de hortalizas en unidades monetarias, este ha sido similar al experimentado por las presentadas en volumen. Así, en la Tabla 13 se puede observar como también existen dos periodos diferenciados. No obstante, los descensos en valor empezaron a manifestarse con anterioridad a los del volumen. En este caso, son responsables junto con otras hortalizas, los productos de mayor representatividad analizados en el apartado anterior. Con todo, se puede afirmar, que los meses en los que la comercialización de las hortalizas murcianas ha tenido un mejor desarrollo han sido septiembre, noviembre, diciembre y enero. Por el contrario, los meses de mayo y julio se han presentado como los más desfavorables. Octubre, a pesar del menor volumen enviado, ha compensado la disminución del mismo con un aumento en las cotizaciones medias. El resto de meses del periodo analizado ha sufrido un retroceso en toneladas y valor, aunque el precio medio de los diferentes productos ha sido superior a la campaña pasada.

Tabla 13. Evolución de las exportaciones de hortalizas por meses (2008-2011). En toneladas

Mes	2008/2009	2009/2010	2010/2011	%var. 10/11-09/10
Septiembre	21.196	16.137	16.949	5,0
Octubre	46.214	46.042	45.135	-2,0
Noviembre	78.812	101.104	105.274	4,1
Diciembre	109.665	120.411	131.346	9,1
Enero	114.601	133.447	135.445	1,5
Febrero	142.572	115.561	130.234	12,7
Marzo	144.259	122.323	156.694	28,1
Abril	147.251	131.867	150.346	14,0
Mayo	95.728	94.735	89.004	-6,0
Junio	62.501	51.645	44.706	-13,4
Julio	23.961	33.647	23.057	-31,5
Agosto	14.707	26.366	21.632	-18,0
Total	1.001.469	993.284	1.049.821	5,7

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Tabla 14. Evolución de las exportaciones de hortalizas por meses (2008-2011). En miles de euros constantes (campaña base 2007/2008)

Mes	2008/2009	2009/2010	2010/2011	% var. 10/11-09/10
Septiembre	21.676	11.345	15.350	35,3
Octubre	39.469	34.881	42.680	22,4
Noviembre	77.685	71.141	96.489	35,6
Diciembre	120.175	91.788	112.871	23,0
Enero	109.168	114.094	125.578	10,1
Febrero	129.633	118.579	124.390	4,9
Marzo	121.490	156.406	130.588	-16,5
Abril	136.837	144.350	114.560	-20,6
Mayo	79.218	87.452	72.223	-17,4
Junio	47.904	46.423	40.616	-12,5
Julio	22.552	34.967	22.832	-34,7
Agosto	14.308	24.227	22.028	-9,1
Total	920.114	935.653	920.203	-1,7

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

6.1.2.2. Hortalizas

Al analizar la evolución del volumen de frutas emitido durante la campaña 2010/2011 según meses, se puede apreciar una tendencia positiva en todo el periodo, excepto en el mes de julio. En dicho mes, el grupo de frutas de mayor peso en el sector ha presentado cifras negativas. Además, los datos ponen de manifiesto una reducción del incremento en las toneladas vendidas a partir del mes de junio en la que nuevamente la alerta sanitaria ha tenido una influencia negativa clara.

El valor de las exportaciones de frutas no ha sido tan positivo como el que ha tenido lugar en términos de volumen, ya que se ha producido un descenso en la comparativa con el periodo de referencia desde junio hasta agosto. De manera que la problemática causada en el sector por la *E. coli* afectó no solo a la cantidad comercializada de frutas sino también a la cotización de las mismas.

Del análisis conjunto de las Tablas 15 y 16, se puede afirmar que los meses de septiembre, octubre y mayo han sido los más favorables para la comercialización exterior de las frutas murcianas con incrementos positivos en toneladas, valor y precios medios. Julio, al igual que ha ocurrido en el caso de las hortalizas, es el mes más desfavorable.

Agosto le sigue en la tendencia negativa con retrocesos en cantidad y en euros totales percibidos, que una mejora en los precios no ha podido compensar. El resto de meses han evolucionado positivamente en volumen y valor, a pesar de que las cotizaciones han sido inferiores a las de la campaña 2009/2010.

**Tabla 15. Evolución de las exportaciones de frutas por meses (2008-2011).
En toneladas**

Mes	2008/2009	2009/2010	2010/2011	%var. 10-11/09-10
Septiembre	60.303	47.493	54.305	14,3
Octubre	52.211	45.830	62.175	35,7
Noviembre	67.220	54.560	66.701	22,3
Diciembre	74.805	58.658	79.198	35,0
Enero	61.940	42.168	55.341	31,2
Febrero	54.620	42.845	56.103	30,9
Marzo	59.283	50.390*	61.585	22,2
Abril	64.993	48.340	61.300	26,8
Mayo	88.000	58.891	85.706	45,5
Junio	145.392	112.391	116.114	3,3
Julio	161.264	163.071	148.433	-9,0
Agosto	106.892	126.835	137.929	8,7
Total	996.924	851.472	984.888	15,7

**Dato estimado a partir de datos publicados por la Dirección General de Aduanas modificándose el volumen de los envíos de fresa a Francia, ya que se han considerado como erratas.
Fuente: Dirección General de Aduanas.*

**Tabla 16. Evolución de las exportaciones de frutas por meses (2008-2011).
En miles de euros constantes (campaña base 2007/2008)**

Mes	2008/2009	2009/2010	2010/2011	%var. 10-11/09-10
Septiembre	50.242	41.016	51.851	26,4
Octubre	52.915	45.300	63.757	40,7
Noviembre	55.077	49.756	59.160	18,9
Diciembre	50.740	48.956	57.064	16,6
Enero	38.779	35.940	37.315	3,8
Febrero	35.497	34.409	38.955	13,2
Marzo	36.176	40.082	41.834	4,4
Abril	39.624	37.945	39.680	4,6
Mayo	74.507	56.198	74.132	31,9
Junio	101.962	92.271	92.198	-0,1
Julio	95.092	122.167	98.916	-19,0
Agosto	83.250	101.160	97.532	-3,6
Total	713.862	705.199	752.393	6,7

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

6.1.3. Análisis por destino

6.1.3.1. Hortalizas

A continuación se analizan las exportaciones de hortalizas según país de destino. Como puede observarse en la Tabla 17, el crecimiento en toneladas experimentado se ha repartido con incrementos positivos en todos los grupos de países considerados. Aunque los datos muestran una mayor acogida de los países procedentes de la Europa ampliada y de terceros países. Sin embargo, la evolución de la comercialización de hortalizas al exterior en unidades monetarias, no ha sido tan positiva, ya que, como se ha mencionado en epígrafes anteriores, ésta ha sufrido un retroceso cercano al 2%. En este caso, los grupos que han mantenido el signo positivo han sido los correspondientes a la Europa ampliada y a países no pertenecientes a la Unión Europea.

Dentro del entorno de la UE-15 la evolución de las exportaciones en volumen ha sido positiva, como se acaba de indicar, aumentando en un 4,9%. Hay que destacar los incrementos logrados en Bélgica, Dinamarca y Finlandia con porcentajes que superan el 20% de lo comercializado en 2009/2010. Aunque el mayor aumento ha tenido lugar en las ventas al

país heleno, de más del 80%, los volúmenes introducidos en dicho territorio tienen un escaso peso en el cómputo total. Austria e Irlanda, por su parte, también han recibido una mayor cantidad de hortalizas murcianas, que se han contabilizado en aumentos superiores al 15%. En términos negativos, los que más han destacado han sido Luxemburgo (-48.6%) y Portugal (-15,1%), pero su representatividad con respecto al total es escasa.

En cuanto a los principales destinatarios de las hortalizas murcianas, Alemania, Reino Unido y Francia, han presentado tendencias diferentes. Por un lado, Alemania, principal destinatario, ha disminuido ligeramente (-1,0%) su demanda de hortalizas murcianas. Reino Unido y Francia, sin embargo, han aumentado sus envíos en un 5,6% y un 5,2%, respectivamente. Si bien es cierto que se trata de crecimientos modestos, en el caso francés es un pequeño paso más que sumar el camino ascendente de las últimas dos campañas. El incremento del Reino Unido, sin embargo, supone recuperar parte de la cuota de mercado perdida en la campaña anterior.

Respecto a la evolución de las exportaciones en valor, ésta ha sido negativa para el conjunto de la UE-15, al verse reducidas en un 2%. Analizando el desglose que aparece en la Tabla 18, se observa que porcentualmente Luxemburgo y Portugal son los países que más han minorado el valor de la mercancía recibida. En el primer caso como consecuencia de la menor cantidad de producto recibido; y en el segundo, por una bajada del precio medio pagado unida también al descenso de los envíos. Sin embargo, los retrocesos en valor con mayor peso en el resultado final vienen de la mano de Alemania y Holanda por su representatividad en el total exportado. Alemania, nuestro principal cliente, ha sido el que más ha bajado en valor, con un descenso del 11,3%. El descenso que se ha producido en valoración de las ventas a Holanda no ha sido tan acusado, no obstante, también tiene una repercusión especial, por tratarse del cuarto país en importancia como receptor de hortalizas murcianas. Esto pone de manifiesto que ha existido una menor disposición del cliente alemán y holandés por pagar un precio mayor por la producción local con las repercusiones negativas que ello conlleva.

Tabla 17. Evolución de las exportaciones de hortalizas por destino (2008-2011). En toneladas

País	2008/2009	2009/2010	2010/2011	% var. 10/11-09/10
Alemania	265.032	275.066	272.341	-1,0
Austria	16.858	12.227	14.512	18,7
Bélgica	19.992	20.342	25.478	25,2
Dinamarca	17.358	17.205	22.141	28,7
Finlandia	10.699	11.371	13.703	20,5
Francia	121.255	144.737	152.208	5,2
Grecia	1.973	626	1.143	82,6
Holanda	89.659	88.011	95.912	9,0
Irlanda	11.620	7.064	8.188	15,9
Italia	46.705	48.354	49.411	2,2
Luxemburgo	142	75	39	-48,6
Portugal	10.999	15.201	12.907	-15,1
Reino Unido	273.908	240.640	253.998	5,6
Suecia	29.687	29.024	32.750	12,8
Total UE-15	915.888	909.943	954.731	4,9
Eslovaquia	3.221	1.958	2.088	6,7
Eslovenia	1.902	1.461	1.840	26,0
Estonia	858	1.137	681	-40,1
Hungría	4.524	4.418	3.684	-16,6
Letonia	689	259	82	-68,5
Lituania	1.011	1.068	2.138	100,2
Polonia	23.525	28.427	38.008	33,7
República Checa	17.984	16.934	16.900	-0,2
Rumania	658	683	373	-45,3
Bulgaria	169	106	115	8,8
Chipre	1	0	4	
Malta	2.595	2.726	2.465	-9,6
UE Ampliada	57.137	59.177	68.379	15,5
Total UE-27	973.025	969.120	1.023.110	5,6
Noruega	5.953	3.289	3.074	-6,6
Suiza	16.058	15.601	16.098	3,2
Canadá	23	11	70	552,1
EEUU	18	249	148	-40,6
Rusia	2.913	3.110	5.071	63,0
Otros países	3.479	1.903	2.251	18,2
Total Países Terceros	28.444	24.164	26.712	10,5
Total Exportación	1.001.469	993.284	1.049.821	5,7

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Tabla 18. Evolución de las exportaciones de hortalizas por destino (2008-2011). En miles de euros constantes (campana base 2007/2008)

País	2008/2009	2009/2010	2010/2011	% var. 10/11-09/10
Alemania	224.108	242.989	215.504	-11,3
Austria	14.723	11.832	13.434	13,5
Bélgica	18.237	18.377	20.757	13,0
Dinamarca	16.699	17.781	19.165	7,8
Finlandia	9.021	10.874	10.810	-0,6
Francia	114.855	135.673	137.813	1,6
Grecia	1.092	571	1.032	80,7
Holanda	77.659	85.317	80.639	-5,5
Irlanda	9.789	6.158	6.322	2,7
Italia	40.964	42.829	44.834	4,7
Luxemburgo	434	136	87	-35,7
Portugal	7.689	11.381	8.695	-23,6
Reino Unido	281.325	245.357	250.917	2,3
Suecia	29.512	28.437	30.296	6,5
Total UE-15	846.107	857.714	840.306	-2,0
Eslovaquia	2.516	1.536	1.468	-4,4
Eslovenia	1.777	1.216	1.460	20,0
Estonia	356	595	435	-27,0
Hungría	3.974	4.135	3.214	-22,3
Letonia	676	180	60	-66,5
Lituania	338	1.197	1.744	45,7
Polonia	18.661	27.024	28.993	7,3
República Checa	13.907	14.658	14.583	-0,5
Rumania	605	569	392	-31,1
Bulgaria	115	65	73	11,8
Chipre	1	0	5	
Malta	2.381	2.944	2.163	-26,5
UE Ampliada	45.306	54.119	54.591	0,9
Total UE-27	891.414	911.833	894.897	-1,9
Noruega	7.894	4.190	3.648	-12,9
Suiza	16.098	15.168	15.278	0,7
Canadá	28	14	157	1024,4
EEUU	43	403	156	-61,2
Rusia	2.409	2.155	3.729	73,1
Otros países	2.228	1.890	2.338	23,7
Total Países Terceros	28.701	23.820	25.306	6,2
Total Exportación	920.114	935.653	920.203	-1,7

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

El análisis de las exportaciones realizadas a los países de la Unión Europea ampliada nos muestra un incremento del volumen del 15,5%, debido principalmente a las mayores cantidades vendidas a Polonia, un 33,7% más con respecto a la campaña anterior, dado que es el principal destino de las hortalizas dentro de este grupo de países. También hay que destacar la evolución positiva de países como Lituania que ha duplicado las compras a la región. La misma tendencia ha presentado Eslovaquia, Eslovenia y Bulgaria. El resto de países han retrocedido en sus adquisiciones, destacando especialmente el descenso de Hungría, tercero en importancia de la ampliación.

La cuantía obtenida de la comercialización con este grupo ha sido ligeramente superior a la del periodo de referencia, con un incremento de tan sólo el 0,9%. La mayoría de los países han presentado una evolución negativa, aunque afortunadamente los mayores descensos porcentuales han tenido lugar en aquellos países con representatividad menor. Así, el signo positivo alcanzado en Polonia ha sido el principal responsable de que la cifra final de este conjunto de países sea positiva.

Los países no pertenecientes a la Unión Europea son los que mejores cifras han presentado tanto en volumen, como en valor. De manera que el incremento en toneladas se ha materializado en un 10,5%, gracias mayoritariamente a la contribución de Suiza, destino con mayor importancia de estos países, que ha aumentado un 3,2%; y a la de Rusia, cuya demanda se ha incrementado en un 63%. En términos negativos hay que destacar el retroceso sufrido por los envíos destinados a EEUU y Noruega, que se han cuantificado en un 40,6% y un 6,6% menos, respectivamente. El resultado positivo logrado en términos económicos se deriva de que la mayoría de los países de este grupo han mejorado en este parámetro. Pero es especialmente destacable el crecimiento en valor alcanzado por Rusia, del 73,1%. Una vez más, EEUU y Noruega han presentado las cifras más desfavorables.

La observación global de los datos de exportación de hortalizas nos muestra que ha habido pocos países en los que volumen, valor y cotizaciones medias hayan tenido una evolución positiva (Italia, Eslovenia, Bulgaria, Rusia y Canadá). Finlandia, Holanda y Eslovaquia se han caracterizado por unas cotizaciones medias lo suficientemente bajas como para no poder ser compensadas por la mayor cantidad de hortalizas vendidas. Por el contrario, los descensos en volumen exportados a Luxemburgo, Estonia, Letonia y Rumania han propiciado una disminución de la cuantía recibida a pesar de que en estos países el precio medio pagado

ha aumentado. La nota menos favorable la han puesto Alemania, Portugal, Hungría, Malta, Noruega y EEUU, que han presentado retrocesos en todos los parámetros analizados. El resto de países han evolucionado positivamente en las toneladas enviadas y el valor obtenido por las mismas, a pesar de que las cotizaciones han sido más bajas que en la anterior campaña.

6.1.3.2. Frutas

Al analizar el destino de las exportaciones de frutas de la Región de Murcia, se observa una evolución más positiva que en las hortalizas. Los datos muestran un aumento de la comercialización de toneladas de frutas cuantificado en un 15,7%, siendo una vez más, las ventas a la UE ampliada y a terceros países las que han experimentado un mayor crecimiento. El aumento del valor de la exportación de estos productos ha sido más modesto y su distribución más equitativa entre los diferentes grupos de países considerados.

En el caso de la UE-15, Italia es el país que mayor variación en volumen ha presentado con respecto al periodo anterior, aunque no ha logrado alcanzar las toneladas demandadas en la campaña 2008/2009. El segundo incremento más elevado ha tenido lugar en los envíos a Dinamarca, que con ésta, lleva tres campañas en ascenso. De los destinos más relevantes, Alemania y Reino Unido han aumentado su demanda, mientras que Francia la ha disminuido. Así pues, el crecimiento de los envíos a Alemania se ha debido a una mayor comercialización de las principales frutas a excepción de naranja, sandía, albaricoque y uva de mesa. Reino Unido, sin embargo, ha mejorado gracias a una mayor venta de limones, naranjas, melones, sandía y uva de mesa, entre otros. Los envíos de naranjas y sandías, por su parte, son los principales responsables del descenso en volumen que ha presentado Francia. Respecto a los demás países, es necesario resaltar la evolución positiva de países como Italia, que ha presentado el mayor aumento del grupo (72,7%); Dinamarca, cuyos envíos han crecido un 51,2%; Suecia, que ha superado en un 31,3% los envíos con respecto a la campaña anterior; y Austria, que ha incrementado su demanda hasta sobrepasar ligeramente la de hace dos periodos. La cara más negativa la han presentado Portugal, Finlandia y Luxemburgo, que afortunadamente no son los países de mayor peso en las exportaciones de la provincia (Tabla 19).

**Tabla 19. Evolución de las exportaciones de frutas por destino (2008-2011).
En toneladas**

País	2008/2009	2009/2010	2010/2011	% var. 10/11-09/10
Alemania	246.117	234.559	273.656	16,7
Austria	16.038	13.279	16.085	21,1
Bélgica	19.670	17.363	16.872	-2,8
Dinamarca	15.288	15.355	23.210	51,2
Finlandia	6.962	10.493	7.980	-23,9
Francia	142.920	149.452*	147.068	-1,6
Grecia	1.219	1.250	1.297	3,8
Holanda	82.879	65.885	67.486	2,4
Irlanda	5.442	3.393	3.737	10,1
Italia	98.826	40.490	69.935	72,7
Luxemburgo	260	303	259	-14,6
Portugal	15.858	15.101	10.289	-31,9
Reino Unido	169.213	159.508	184.968	16,0
Suecia	20.948	17.128	22.496	31,3
Total UE-15	841.639	743.559	845.339	13,7
Eslovaquia	3.626	958	1.955	104,0
Eslovenia	2.370	2.528	4.827	90,9
Estonia	1.370	892	726	-18,6
Hungría	2.168	2.003	1.578	-21,2
Letonia	1.540	840	981	16,8
Lituania	2.093	1.326	2.441	84,1
Polonia	75.860	58.209	73.325	26,0
República Checa	12.536	9.422	10.865	15,3
Rumania	463	22	768	3442,5
Bulgaria	524	108	208	91,9
Chipre	55	105	233	121,6
Malta	115	171	314	84,2
UE Ampliada	102.720	76.583	98.221	28,3
Total UE-27	944.359	820.143	943.559	15,0
Noruega	5.020	4.173	4.488	7,5
Suiza	13.590	10.437	10.660	2,1
Canadá	152	45	397	783,8
EEUU	2.201	192	453	135,9
Rusia	17.453	7.770	11.980	54,2
Otros países	14.149	8.712	13.351	53,2
Total Países Terceros	52.565	31.329	41.329	31,9
Total Exportación	996.924	851.472	984.888	15,7

**Dato estimado a partir de datos publicados por la Dirección General de Aduanas modificándose el volumen de los envíos de fresa a Francia, ya que se han considerado como erratas.*

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Este grupo de países ha aumentado el valor de sus envíos en un 5,3%. En este caso, Alemania y Reino Unido también han contribuido al resultado del conjunto de países con incrementos en valor similares, de entorno al 9,5%. Francia, al igual que en volumen, ha disminuido el importe pagado por las frutas murcianas. Del resto de miembros de la UE-15 hay que destacar las cifras obtenidas de la comercialización a Italia (48,2%), Suecia (21,5%), Finlandia (13,9%) y Austria (12,0%). La tendencia descendente, sin embargo, ha venido de la mano del valor de las ventas a Luxemburgo, Portugal, Irlanda y Bélgica, con una clara pérdida de cuota de mercado en los dos primeros países, tanto en frutas como en hortalizas.

En los países de la UE ampliada el volumen comercializado ha crecido un 28,3%, de manera que la mayor cantidad de frutas enviada a estos países ha tenido una mayor influencia en el incremento experimentado en la UE-27 que los de la UE-15. Así, todos los miembros de la ampliación han mejorado en porcentaje las cantidades recibidas, excepto Estonia e Hungría. El mayor incremento se ha producido en las ventas a Rumania, con un aumento superior al 3.000%, aunque los volúmenes comercializados a este país no son muy representativos. A continuación le siguen los incrementos de Chipre, Eslovaquia, Bulgaria y Eslovenia, que han oscilado entre el 90-120%. Sin embargo, son Polonia y República Checa los que han protagonizado los crecimientos más significativos, ya que a pesar de ser menores, su representatividad en el conjunto es mucho mayor.

La evolución en euros de los países de la ampliación ha tenido un comportamiento similar al presentado por el volumen en lo que a tendencias se refiere, aunque la comparativa con las cifras del anterior periodo no ha dejado tanto margen. El crecimiento en valor de este grupo ha alcanzado el 6,6%, no existiendo grandes diferencias con respecto a la UE-15 (Tabla 20).

El conjunto de países no comunitarios ha sido el que ha manifestado un mayor aumento, tanto en cantidad como en cuantía, de todos los grupos considerados. Todos los países analizados dentro de este grupo han presentado una evolución positiva, destacando los incrementos protagonizados por Canadá y EEUU. No obstante, el volumen exportado a estos países es aún poco significativo. Mayor peso específico representan los aumentos de Rusia, Suiza y Noruega, ya que son los tres países fuera de la Unión a los que más envíos se han realizado.

**Tabla 20. Evolución de las exportaciones de frutas por destino.
En miles de euros constantes (campaña base 2007/2008)**

País	2008/2009	2009/2010	2010/2011	% var. 10/11-09/10
Alemania	160.602	181.451	198.302	9,3
Austria	10.326	10.524	11.790	12,0
Bélgica	15.862	16.929	15.429	-8,9
Dinamarca	10.587	17.188	16.944	-1,4
Finlandia	4.426	5.679	6.470	13,9
Francia	102.945	119.158	109.225	-8,3
Grecia	1.620	2.409	2.720	12,9
Holanda	55.602	47.114	43.016	-8,7
Irlanda	4.887	3.134	2.437	-22,2
Italia	70.266	36.611	54.273	48,2
Luxemburgo	276	356	277	-22,1
Portugal	11.209	11.847	7.258	-38,7
Reino Unido	156.753	157.520	172.446	9,5
Suecia	11.683	11.625	14.130	21,5
Total UE-15	617.046	621.544	654.715	5,3
Eslovaquia	2.130	798	1.173	47,1
Eslovenia	1.535	2.069	3.269	58,0
Estonia	787	692	444	-35,9
Hungría	1.324	1.646	982	-40,3
Letonia	907	679	687	1,2
Lituania	1.087	1.182	1.584	34,0
Polonia	42.001	39.460	40.750	3,3
República Checa	7.106	5.537	6.133	10,8
Rumania	265	26	348	1231,5
Bulgaria	443	91	86	-5,5
Chipre	58	79	202	154,3
Malta	101	116	190	63,6
UE Ampliada	57.743	52.375	55.847	6,6
Total UE-27	674.789	673.920	710.562	5,4
Noruega	4.541	4.499	4.434	-1,5
Suiza	11.220	10.896	9.840	-9,7
Canadá	125	39	254	546,5
EEUU	2.166	468	760	62,6
Rusia	11.046	6.350	11.253	77,2
Otros países	9.975	9.027	15.290	69,4
Total Países Terceros	39.073	31.279	41.832	33,7
Total Exportación	713.862	705.199	752.393	6,7

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Lamentablemente, las cifras de valor no han sido positivas para todos los miembros de este conjunto, alcanzando Noruega y Suiza porcentajes negativos. En este grupo, han sido Canadá, EEUU y Rusia los que han experimentado un mayor crecimiento en valor.

El análisis general de las exportaciones muestra que la comercialización de las frutas murcianas ha sido mejor en Grecia, Chipre y Rusia, con aumentos en cantidad, importe y cotización media. Por el contrario, los países que han presentado una evolución negativa en los tres parámetros mencionados han sido Bélgica, Irlanda, Luxemburgo, Portugal, Estonia y Hungría. El aumento de los envíos a países como Dinamarca, Holanda, Noruega, Suiza y Bulgaria, no ha podido compensar el descenso de los precios medios pagados por los mismos, obteniéndose un descenso del importe total recibido por los mismos. Sin embargo, las mejores cotizaciones adquiridas en el país galo, no han sido suficientes para subsanar el menor volumen comercializado. Los precios obtenidos en Finlandia sí han logrado superar el importe total recibido por las toneladas vendidas. Para el resto de países la evolución en toneladas y valor ha sido positiva, a pesar de la bajada en las cotizaciones medias.

Estos datos ponen de manifiesto, nuevamente, que en esta campaña la comercialización de nuestros productos en el exterior se ha caracterizado por unos precios medios de exportación inferiores a los de la anterior. Parte de este fenómeno, como se mencionó anteriormente, se debe a un crecimiento en la oferta de productos al mercado europeo. Pero, sin duda, la presión constante recibida a causa de los desequilibrios en la cadena alimentaria también ha dejado sentir su peso en este sentido. Por este motivo, el sector se encuentra ante la necesidad de mejorar en cuestiones relacionadas con la comercialización de los productos, como son el crear una estructura de observación que permita un mayor conocimiento del sector con objeto de poder ofrecer a nuestros clientes los productos demandados y que estos sean mejor valorados, tanto por nuestros clientes directos, como por el consumidor final. Además de ser necesario un redimensionamiento de la oferta que permita un mejor posicionamiento en la cadena de valor.

6.2. Principales competidores

El estudio de lo sucedido en los mercados internacionales no estaría completo si no se tuviera en cuenta el comportamiento de los principales competidores de cada uno de los cultivos más relevantes de la Región de Murcia. Por este motivo, en el apartado que continúa se analizan las importaciones de frutas y hortalizas realizadas por la UE-27, con objeto de identificar los países competidores en cuestión, en qué época introducen producto en el mercado y en qué cantidad.

Estos datos, procedentes de Eurostat, permiten el estudio de las entradas de producto a la Unión Europea mes a mes para los distintos orígenes, lo que ha hecho posible evaluar la incidencia de la alarma sanitaria de *E. coli* en junio, ya que al producirse ésta a finales de mayo las repercusiones no se hicieron sentir hasta el mes siguiente. Así pues, ha tenido lugar un descenso generalizado de los envíos españoles en el mes de junio para las principales hortalizas cultivadas en la región. No obstante, en algunos casos esta merma se debe a la alerta en cuestión, pero en otros está también asociada a una menor producción interna y preferencias de consumo.

A continuación, se analiza el comportamiento de las entradas de tomate a la Unión durante el periodo objeto de estudio, desde septiembre hasta agosto. Así pues, la Tabla 21 muestra que el mercado europeo de tomate está dominado por los países de la eurozona, siendo Holanda y España los principales suministradores. Ambos países han presentado una evolución positiva durante la campaña, pero con un incremento mayor en volumen y valor de los envíos españoles. El producto procedente de Holanda lidera el *ranking* de los diez primeros suministradores de tomate a la Unión con una cuota de mercado del 32,87%, seguido de España cuya cuota es del 27,08%. Hay que destacar que desde diciembre hasta abril, la producción española domina el mercado con cuotas que oscilan entre el 30 y el 45%, mientras que cuotas superiores son alcanzadas por el tomate holandés en el resto del periodo analizado.

Tabla 21. Exportaciones de tomate de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
Holanda	1.160.901	1.186.177	2,18	918.432	945.095	2,90
España	843.080	880.937	4,49	732.799	778.547	6,24
Bélgica	145.482	125.552	-13,70	146.903	138.502	-5,72
Francia	190.375	227.241	19,37	140.006	173.373	23,83
Otros INTRA UE-27	388.463	376.093	-3,18	394.712	364.584	-7,63
TOTAL INTRA UE-27	2.728.301	2.796.001	2,48	2.332.852	2.400.101	2,88
Marruecos	239.244	254.707	6,46	293.350	337.543	15,06
Turquía	101.852	54.740	-46,26	117.971	59.457	-49,60
Israel	37.814	23.326	-38,31	26.594	18.814	-29,26
Otros EXTRA UE-27	34.814	35.922	3,18	48.983	59.476	21,42
TOTAL EXTRA UE-27	413.724	368.694	-10,88	486.899	475.289	-2,38

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

El tercer país en importancia es Marruecos, que ha vuelto a incrementar el volumen de tomate introducido en Europa tras el descenso tan acusado que sufrió la anterior campaña, aunque sin alcanzar el volumen de la campaña 2008/2009. La presencia del producto marroquí es más modesta que en los casos anteriores, con una cuota de mercado del 11,74%. No obstante, es un fuerte competidor del tomate español por concentrarse sus envíos durante los mismos meses del periodo analizado. Además, el sector agrícola en Marruecos cuenta con un gran apoyo institucional, ya que la agricultura se ha considerado como uno de los principales pilares para el desarrollo del país. Una prueba de este apoyo ha sido el lanzamiento por parte del Gobierno de Marruecos del Plan *Maroc Vert*, que tiene por objeto fomentar la inversión, producción y comercialización en el sector de las frutas y hortalizas. Asimismo, recientemente se ha de ratificado el nuevo acuerdo UE-Marruecos, lo que facilitará aún más la entrada de frutas y hortalizas al mercado europeo. Respecto a la evolución del valor de las exportaciones marroquíes, éstas han evolucionado favorablemente, aunque en menor medida que las toneladas emitidas.

Francia continúa siendo el cuarto país con mayor participación en el mercado europeo de tomate. Hay que destacar el comportamiento de sus envíos, que han aumentado hasta un 23,83% en cantidad y un 19,37% en euros. Por tanto, esta campaña también ha supuesto un punto de inflexión para la comercialización del tomate francés, aumentando

los volúmenes introducidos sin recuperar las cantidades de la campaña 2008/2009. Francia concentra sus envíos en los mismos meses que el país alavita, pero las cantidades han sido inferiores, en torno al 50%. Así pues, la cuota de mercado de este país ha sido del 6,03%.

Respecto al conjunto de los países comunitarios, éstos han mejorado las cifras en cantidad y valor en similar proporción. Por el contrario, el conjunto de los países no pertenecientes a la Unión han mermado sus cifras en los dos parámetros analizados, con un descenso más acusado en el importe de las ventas. De los países estudiados de este grupo, tan sólo Marruecos ha presentado cifras positivas, habiendo retrocedido el comercio de tomate con Turquía e Israel en porcentajes considerables, del 49,60% y del 29,26%, respectivamente. El valor de las exportaciones también ha caído en proporciones similares. A pesar de este retroceso, ambos países tienen suficientes recursos como para convertirse en serios competidores de las producciones nacionales, aunque de momento centran la comercialización de sus productos en el consumo interno y mercados más cercanos.

La evolución de las importaciones de pimiento a la UE-27 ha sido positiva durante la campaña objeto de análisis, lo cual se ha materializado en un incremento del 8,8% con respecto al periodo de referencia. El mercado europeo de este producto está liderado, al igual que en tomate por países comunitarios, debiéndose la mayor cantidad comercializada al comportamiento de este grupo de países. Tanto es así que no sólo han aumentado las cantidades adquiridas, sino también el valor de las mismas y, por consiguiente, la cotización media del producto en el mercado. Dentro de los países comunitarios, España lidera el ranking de los diez principales suministradores a la Unión con un total de 415.824 toneladas, lo que representa un 34,13% del total del mercado. Durante esta campaña, la mayor concentración de los envíos se ha producido de noviembre a marzo, obteniéndose en noviembre y diciembre cuotas de mercado superiores al 50%. Asimismo, el precio medio obtenido por la comercialización de nuestro producto ha sido mayor que en la campaña anterior. Esto ha supuesto un incremento en valor del 18,37%. El segundo país en importancia y con un volumen muy cercano a España es Holanda, cuya participación en el mercado ha sido del 33,85% (Tabla 22).

Tabla 22. Exportaciones de pimienta de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
España	491.039	581.247	18,37	374.571	415.824	11,01
Holanda	654.349	719.124	9,90	373.546	408.854	9,45
Alemania	51.910	52.681	1,49	29.901	35.602	19,07
Francia	19.846	32.039	61,44	14.245	23.454	64,65
Otros INTRA UE-27	131.259	147.958	12,72	102.755	110.246	7,29
TOTAL INTRA UE-27	1.348.404	1.533.050	13,69	895.017	993.979	11,06
Israel	146.568	155.689	6,22	102.130	98.955	-3,11
Marruecos	62.311	65.495	5,11	47.895	47.866	-0,06
Turquía	30.274	33.871	11,88	39.439	33.083	-16,12
Otros EXTRA UE-27	13.977	16.968	21,40	25.515	33.953	33,07
TOTAL EXTRA UE-27	253.130	272.023	7,46	214.980	213.856	-0,52

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

Los envíos holandeses se han comportado de forma positiva tanto en las toneladas vendidas como en el importe obtenido, sin alcanzar los incrementos logrados por el producto procedente de nuestro país. No obstante, la cotización media del pimienta de dicho país es superior a la obtenida por España. Es necesario destacar que las cantidades enviadas por Holanda durante esta campaña han sido superiores a las de la anterior desde enero hasta junio, lo que pone de manifiesto que la comercialización de pimienta holandés continúa creciendo en los mismos meses en los que el producto español lidera el mercado, alcanzando su cuota máxima en los meses de mayo y junio.

Respecto a los países no comunitarios, éstos han retrocedido ligeramente en sus aportaciones. Sin embargo, este hecho se ha correspondido con mejores cotizaciones que han compensado la merma de volumen. Dentro de este grupo destacan Israel, Marruecos y Turquía por orden de importancia. Todos ellos se han comportado de la misma forma que el conjunto, con menores toneladas y mayores importes. El descenso en el caso israelita puede deberse a un ligero retroceso de la superficie cultivada, así como a una estrategia comercial a través de la apuesta por cultivos ecológicos.

A pesar de que España mantiene el liderazgo en el comercio europeo de pimienta, hay que tener en cuenta que países como Holanda pueden desbancarnos de la primera posición y que otros países que ac-

tualmente tienen escasa representatividad en el mercado si se comparan los volúmenes, como Israel, Marruecos y Turquía, tienen capacidad para presionar y comprometer la comercialización del pimiento español.

El mercado europeo de la col también ha crecido durante la campaña 2010/2011, quedando reflejado en un aumento del 15,3% de las importaciones (Tabla 23). En esta ocasión, las cifras obtenidas vienen de la mano del buen comportamiento tanto de los países comunitarios, como de los no comunitarios.

Tabla 23. Exportaciones de col de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
Holanda	23.547	38.461	63,34	63.137	82.817	31,17
Alemania	16.742	24.958	49,08	62.155	66.650	7,23
Polonia	5.644	6.498	15,13	22.226	19.177	-13,72
Bélgica	3.436	4.698	36,72	13.922	13.212	-5,10
España	8.656	7.932	-8,36	10.684	13.063	22,27
Otros INTRA UE-27	18.171	22.457	23,58	35.235	44.422	26,07
TOTAL INTRA UE-27	76.196	105.004	37,81	207.359	239.342	15,42
Macedonia	5.685	7.240	27,34	35.382	36.181	2,26
Turquía	1.582	1.809	14,37	3.610	3.485	-3,45
Otros EXTRA UE-27	481	1.891	293,42	3.451	8.951	159,39
TOTAL EXTRA UE-27	7.748	10.939	41,20	42.443	48.618	14,55

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

Si se analizan los principales países miembros de la Unión involucrados en la comercialización de col, se observa que Holanda, principal país suministrador, continúa desmarcándose del resto, dejando cada vez más clara su posición de liderazgo. Durante esta campaña, sus envíos han aumentado en un 31,17%, pero mejor aún ha ido la evolución monetaria resultante de los mismos, con un incremento del 63,34%, habiendo obtenido una notable mejoría de las cotizaciones medias. La cuota de Alemania le sigue muy de cerca, teniendo ambos países una participación en el mercado similar, del 28,79% y del 23,15%, respectivamente. No obstante, y a pesar de que la entrada de producto a la UE es muy estable durante todo el período para ambos países, la cuota máxima de Holanda se alcanza en junio y julio, mientras que son los meses otoñales en los que las coles alemanas tienen mayor representatividad. El país germano,

por su parte, también ha reforzado su presencia en el mercado con un aumento del 7,23% en volumen. Nuevamente, el importe recibido como contraprestación a la adquisición de producto ha sido muy superior al de la campaña pasada, en un 49,08%.

Polonia y Bélgica ocupan la cuarta y quinta posición pero con volúmenes considerablemente inferiores a los presentados por los dos primeros. La evolución de las exportaciones de ambos países ha sido similar, de manera que han retrocedido en el número de toneladas enviadas, obteniendo por ello un mayor importe. No obstante, Bélgica ha obtenido unas cotizaciones medias más favorables.

Las coles de nuestro país ocupan una modesta sexta posición, con un total de 13.212 toneladas comercializadas a la Unión, lo cual ha supuesto un crecimiento del 22,27% en cantidad. El importe alcanzado, sin embargo, ha retrocedido en un 8,36%, lo que implica consecuentemente un descenso del precio medio de exportación. Las máximas cantidades introducidas en el mercado de producto español han tenido lugar desde diciembre hasta mayo, con cuotas que oscilan entre el 4 y el 7%.

Como se ha indicado anteriormente, el conjunto de los países extracomunitarios ha mejorado en volumen y valor. Dentro de este grupo, la República Yugoslava de Macedonia ha incrementado sus envíos en un 2,26%, obteniendo una cuantía más generosa por los mismos que en el anterior periodo (27,34%), y logrando por tanto, un precio medio de exportación bastante más elevado. No obstante, Turquía ha manifestado un descenso en toneladas que ha hecho incrementar las cotizaciones medias recibidas, superando el importe total logrado en el periodo de referencia en un 14,37%.

En relación a la evolución del mercado europeo de brócoli, éste continúa absorbiendo una mayor cantidad de toneladas. Como puede observarse en la Tabla 24, el crecimiento se debe fundamentalmente a los envíos procedentes de los países miembros, que durante esta campaña han incrementado un 17,73% en volumen. Sin embargo, el aumento en euros ha sido más modesto, del 3,03%, mostrando la habitual disminución de cotizaciones ante el incremento de las cantidades ofertadas (Tabla 24).

Tabla 24. Exportaciones de brócoli de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
España	148.875	165.126	10,92	147.291	206.495	40,19
Francia	100.090	94.340	-5,74	114.249	119.562	4,65
Italia	38.177	37.065	-2,91	40.972	42.133	2,83
Holanda	27.153	31.687	16,70	32.277	38.534	19,39
Alemania	27.391	24.301	-11,28	30.646	28.099	-8,31
Otros INTRA UE-27	29.424	29.851	1,45	41.805	44.618	6,73
TOTAL INTRA UE-27	371.110	382.371	3,03	407.240	479.440	17,73
TOTAL EXTRA UE-27	1.741	2.136	22,67	1.047	1.087	3,83

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

Para este producto, España vuelve a ser el principal suministrador de Europa, habiéndose producido un incremento muy significativo de las toneladas comercializadas que se ha cuantificado en un 40,19%. Así, la cuota de mercado del brócoli español entre diciembre y junio ha sido superior al 40%, con un máximo del 67,4% en este último mes y una representatividad total del 42,97%. El precio medio pagado por el producto español ha sido también inferior al de la campaña pasada. No obstante, el importe total ha superado en un 10,92% las cifras del ejercicio anterior.

La segunda posición del ranking la continúa ocupando Francia con la comercialización de 119.562 toneladas, lo que ha supuesto un incremento del 4,65%. La mayor parte del brócoli francés entra en el mercado coincidiendo en algunos meses con el español, de manera que las cuotas máximas alcanzadas por el producto galo han tenido lugar de febrero hasta abril con porcentajes superiores al 30%. Sin embargo, las toneladas enviadas por Francia han supuesto un 24,88% del total, cifra considerablemente inferior a la española. En términos monetarios el comportamiento del producto francés ha sido menos favorable con un retroceso del 5,74%, lo que pone de manifiesto un descenso de la cotización media lo suficientemente acusado como para no haber sido compensado por el mayor volumen exportado.

A gran distancia se sitúan los envíos de Italia, tercer país en importancia, con 42.133 toneladas. La evolución presentada por las ventas italianas es similar a la presentada por las francesas, con mayores cantidades comercializadas y una menor cuantía alcanzada. Pero, para el brócoli italiano los porcentajes han estado más igualados, es decir, tanto en sentido negativo como positivo, rondaron el 3%.

Holanda y Alemania ostentan nuevamente la cuarta y quinta posición del *ranking*, en el caso holandés con cantidades cercanas a Italia. Estos dos países han presentado trayectorias contrapuestas durante el periodo analizado. Así, el brócoli holandés continúa la tendencia ascendente de las últimas campañas y mantiene su posición como reexportador de esta hortaliza.

Los países que no pertenecen a la Unión, a pesar de su escasa participación en el mercado, han aumentado en volumen y valor, destacando el incremento del precio medio logrado por el brócoli de estos orígenes, que ha supuesto un incremento del 22,67% en la cuantía total.

En el caso de las importaciones de apio de la UE-27, éstas han aumentado un 22,29% en volumen. Sin embargo, el valor de las mismos ha retrocedido un 7,66% con respecto al periodo 2009/2010. La mayor entrada de producto al mercado ha venido de la mano del conjunto de los países de la Unión, al igual que en las importaciones de brócoli. No obstante, la evolución del conjunto comunitario ha sido similar a la del total del mercado europeo de esta hortaliza, con un aumento en las toneladas y un descenso del valor monetario (Tabla 25).

Tabla 25. Exportaciones de apio de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
España	40.170	39.635	-1,33	82.245	111.791	35,92
Holanda	12.098	8.365	-30,86	13.376	10.325	-22,81
Italia	6.660	6.126	-8,02	10.555	9.236	-12,50
Bélgica	2.007	2.090	4,14	3.552	6.239	75,63
Alemania	3.821	3.522	-7,84	4.198	4.142	-1,34
Otros INTRA UE-27	3.451	3.550	2,87	3.973	3.320	-16,43
TOTAL INTRA UE-27	68.206	63.287	-7,21	117.900	145.052	23,03
Israel	1.503	1.036	-31,06	1.810	1.373	-24,18
Otros EXTRA UE-27	431	441	2,32	151	148	-1,53
TOTAL EXTRA UE-27	1.934	1.478	-23,62	1.961	1.521	-22,44

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

Dentro de este grupo, España es el primer proveedor de Europa con un mercado liderato. Tanto es así, que el producto español representa casi el 80% del total del mercado, con cuotas superiores a dicho porcentaje desde enero hasta mayo. La evolución de las ventas nacionales ha sido positiva en volumen, cuantificándose en un incremento del 35,92%, mientras que el valor asociado ha disminuido en un 1,33%. Por tanto, la mayor cantidad de producto comercializado no ha podido compensar el descenso producido en las cotizaciones medias. Holanda le sigue a gran distancia con una presencia del 7,04% en el mercado y una concentración de sus envíos en los meses estivales. Este país, junto con Italia y Alemania han evolucionado negativamente con retrocesos en todos los parámetros analizados. Tan sólo Bélgica, que ocupa la cuarta posición del ranking de los principales suministradores de apio a la Unión, ha mejorado sus cifras en volumen y valor, siendo necesario destacar el gran crecimiento de sus exportaciones, cuantificado en un 75,63%. Sin embargo, la menor cotización de este producto ha propiciado un incremento más reducido en la cuantía obtenida.

Los países no comunitarios, por su parte, también han presentado porcentajes decrecientes tanto en las cantidades enviadas, como en el importe asociado a las mismas. Israel es el único país de este grupo que se encuentra dentro de los diez principales suministradores de apio a Europa, ocupando la sexta posición y su evolución ha sido la misma que la del conjunto. Este país concentra sus envíos en los mismos meses que el producto nacional y aunque, de momento, las toneladas comercializadas no son muy representativas, tiene potencial suficiente para convertirse en un futuro competidor de las mismas.

Durante la campaña objeto de estudio la evolución en la demanda del mercado europeo de alcachofa ha sido negativa, con descensos en el volumen absorbido y en el valor final del producto. Los dos grupos de países considerados en el análisis han presentado la misma tendencia en todos los parámetros analizados.

A pesar del retroceso, España sigue liderando el suministro de esta hortaliza con cuotas superiores al 50% desde diciembre hasta abril, con excepción del mes de enero cuya participación ha sido del 25%. Francia, por su parte, tiene una cuota de mercado que supone algo menos de la mitad de la española. En este caso, sus envíos están concentrados desde junio a octubre, por lo que la entrada de producto a la Unión es complementaria para ambos países. Las exportaciones galas de esta

hortaliza han sido las únicas que han presentado incrementos positivos en todos los parámetros analizados, destacando la mayor cuantía obtenida por la comercialización, debido fundamentalmente al mejor precio medio alcanzado. Holanda, sexto país en importancia, ha aumentado en un 1% su oferta al mercado europeo, sin embargo, el resultado económico ha sido desfavorable en cuanto que el valor del producto se ha visto mermado en más de un 10%. Como puede verse en la Tabla 26, el resto de países de este grupo han descendido en volumen e importe.

Tabla 26. Exportaciones de alcachofa de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
España	16.061	14.412	-10,27	13.113	12.892	-1,68
Francia	6.585	7.454	13,19	5.776	5.957	3,14
Italia	6.272	4.381	-30,15	6.570	4.005	-39,04
Holanda	1.502	1.342	-10,66	733	741	1,01
Otros INTRA UE-27	819	726	-11,36	665	556	-16,40
TOTAL INTRA UE-27	31.240	28.315	-9,36	26.858	24.151	-10,08
Egipto	9.012	5.591	-37,96	8.689	5.185	-40,32
Túnez	1.592	1.232	-22,64	1.587	1.225	-22,83
Marruecos	418	766	83,36	385	697	81,16
Otros EXTRA UE-27	56	24	-57,76	26	11	-59,23
TOTAL EXTRA UE-27	11.077	7.611	-31,29	10.686	7.117	-33,40

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

Dentro de los países extracomunitarios se encuentra el tercer país del *ranking*, Egipto, con una comercialización de más de 5.000 toneladas. Este país ha tenido una presencia temporal en el mercado reducida, colocando producto desde diciembre hasta abril y concentrando sus envíos en los meses de enero y febrero. De hecho, en el mes de enero las toneladas de alcachofa egipcia han sido superiores a las españolas con un 67% de presencia en el mercado. De momento, los volúmenes totales aportados por este país son escasos. No obstante, puede convertirse en un fuerte competidor ya que tiene los recursos suficientes y coincidencia de calendario de sus envíos. Aún así, tanto Egipto, como Túnez han evolucionado siguiendo la tónica negativa de los países comunitarios. Tan sólo Marruecos ha mejorado su posición en el mercado, aunque con volúmenes todavía poco representativos. Este país de la misma forma que Egipto, tiene opciones para irrumpir en el mercado en un futuro.

Como puede observarse en la Tabla 27, el mercado europeo de la lechuga está en manos de países pertenecientes a la UE-27. De hecho, el 98,7% de las toneladas absorbidas por dicho mercado tienen su origen en el entorno de la Unión. Asimismo, la comercialización de este producto ha evolucionado positivamente durante la campaña objeto de estudio, lo que ha quedado reflejado en un aumento del 2,9% de las cantidades comercializadas.

España lidera el *ranking* de los diez primeros exportadores de lechuga a la Unión, con más de 500.000 toneladas y una tendencia al alza cuantificada en un 7,3% en 2010-2011 (Tabla 27). Este aumento ha venido acompañado, una vez más, siguiendo la ley de la oferta y la demanda, de un descenso en el precio medio obtenido, que ha provocado un descenso en el importe final. La cuota española en el mercado europeo ha superado el 60% desde noviembre hasta mayo, lo que ha dado como resultado una representatividad global del periodo del 57,3%.

Tabla 27. Exportaciones de lechuga de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
España	463.148	425.002	-8,24	484.086	519.479	7,31
Italia	124.818	123.456	-1,09	89.813	92.454	2,94
Holanda	105.414	108.787	3,20	89.644	85.853	-4,23
Bélgica	53.926	39.339	-27,05	52.071	54.215	4,12
Alemania	57.594	51.214	-11,08	52.003	52.432	0,82
Francia	87.360	77.745	-11,01	51.663	48.687	-5,76
Otros INTRA UE-27	60.100	60.882	1,30	48.606	41.842	-13,92
TOTAL INTRA UE-27	952.361	886.424	-6,92	867.885	894.962	3,12
Túnez	4.280	4.912	14,76	5.534	6.544	18,25
Otros EXTRA UE-27	8.002	4.840	-39,52	7.246	4.891	-32,50
TOTAL EXTRA UE-27	12.283	9.752	-20,60	12.781	11.435	-10,53

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

Italia y Holanda son los siguientes países en importancia, pero con un volumen bastante menor que España. Holanda ha presentado una menor cantidad de producto en sus envíos que se ha correspondido con una mayor cotización media y valor de conjunto. Por otra parte, la evolución de las ventas de Italia, Bélgica y Alemania ha sido similar a la de las españolas, con incrementos en volumen y descensos en valor.

Aún así, el conjunto de los países comunitarios han mostrado un mejor comportamiento que los no comunitarios, ya que éstos últimos han retrocedido en el conjunto de parámetros analizados. El único país a destacar dentro de este grupo ha sido Túnez que ha pasado esta campaña de la novena a la séptima posición del *ranking*, logrando una evolución positiva en tonelaje y montante final.

Respecto a las importaciones de limón de la UE-27, éstas han incrementado ligeramente en cuanto a toneladas se refiere. El valor de las mismas, sin embargo, ha retrocedido en más del 10%.

El limón español representa el 43,2% del total del mercado, con mayor presencia desde noviembre hasta mayo, contabilizada en porcentajes que oscilan entre el 50 y el 70%. A pesar de las cifras globales, el producto nacional ha incrementado su aportación en un 12,48%. No obstante, el mayor volumen comercializado en el mercado no ha podido compensar la menor cotización obtenida mermando el importe final en un 2,34%. Aún así, los envíos han sido de tonelaje inferior a los emitidos durante la campaña 2009-2010.

El segundo y tercer país en importancia para este cítrico son Argentina y Turquía, encontrándose el siguiente país comunitario, Holanda, en la cuarta posición, a una distancia considerable de los tres primeros. No obstante, también existen grandes diferencias entre los volúmenes españoles y los argentinos y turcos. La cuota argentina supone un 18,92% del total, con una concentración en las exportaciones a la Unión durante los meses de junio, julio, agosto y octubre (Tabla 28). Las ventas turcas, sin embargo, se concentran de agosto a marzo coincidiendo con el calendario de la producción murciana, lo que le convierte en un potencial competidor. Durante la campaña analizada, el limón turco ha evolucionado negativamente con descensos en volumen y valor. Como contrapartida, el precio medio percibido por este país ha sido mejor que en la campaña anterior. El comportamiento de las exportaciones Argentinas ha sido diferente, aumentando el número de toneladas comercializadas con Europa pero obteniendo una cotización media inferior, quedando reflejado en el valor final.

Tabla 28. Exportaciones de limón de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
España	296.069	289.136	-2,34	363.316	408.650	12,48
Holanda	79.243	62.373	-21,29	72.188	64.926	-10,06
Alemania	38.686	36.621	-5,34	35.434	43.407	22,50
Italia	35.512	28.783	-18,95	44.349	35.964	-18,91
Otros INTRA UE-27	44.185	35.906	-18,74	46.349	42.628	-8,03
TOTAL INTRA UE-27	493.695	452.820	-8,28	561.636	595.575	6,04
Argentina	155.494	138.198	-11,12	173.830	178.995	2,97
Turquía	84.824	71.333	-15,91	132.590	110.256	-16,84
Sudáfrica	43.991	33.087	-24,79	48.438	38.428	-20,67
Uruguay	9.326	7.521	-19,35	11.075	9.516	-14,08
Otros EXTRA UE-27	11.367	14.155	24,52	12.696	13.307	4,81
TOTAL EXTRA UE-27	305.002	264.293	-13,35	378.628	350.502	-7,43

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

En general, el resto de países comunitarios estudiados han disminuido sus porcentajes de variación tanto en unidades físicas como monetarias, a excepción de Alemania que ha incrementado las toneladas comercializadas en un 22,5%. Igual comportamiento han presentado Sudáfrica y Uruguay, sexto y octavo país del ranking, respectivamente. Ambos concentran sus ventas en los mismos meses que Argentina, pero con volúmenes más reducidos. De manera que una ampliación de la entrada de producto de estos orígenes podría comprometer en un futuro la comercialización del limón español en los extremos del calendario de exportación nacional.

La producción de naranja está liderada por Brasil, seguida de EEUU, India, China y México (FAO, 2009). España es el séptimo país en importancia en la producción de este producto y, sin embargo, ocupa el primer lugar dentro del mercado de la UE-27. Esto es debido a que el resto de países mencionados destinan gran parte de su producción al consumo interno y la comercialización en zonas de mayor proximidad que Europa. Según estos datos, la tendencia productiva de estos países es negativa, salvo en India y China que han presentado una evolución positiva.

Respecto a la importación de la Unión, durante la campaña 2010/2011 ésta ha aumentado ligeramente la cantidad de naranja que durante el periodo anterior. La clasificación en grupos muestra que los países europeos han mejorado sus cifras en volumen y montante final, aunque con retrocesos en las cotizaciones medias.

Como ya se ha mencionado, dentro de este grupo, España es el principal exportador a la Unión con una representatividad del 44,87% durante el periodo objeto de estudio. Si se analiza la evolución mensual de los envíos, se observa que de noviembre a junio la cuota de mercado ha sido superior al 50%, alcanzando el 60% en noviembre, diciembre y mayo. A nivel global, la aportación española se ha incrementado un 15,44% en la campaña, en cuanto a volumen se refiere. En cambio, el valor de lo comercializado ha crecido en un 5,5%, lo que pone de manifiesto un descenso en las cotizaciones obtenidas (Tabla 29).

El segundo suministrador europeo a la Unión ha sido Grecia (tercero en la clasificación total) con una cuota del 7,14%, obteniendo en los meses de diciembre a marzo una mayor representatividad. El máximo ha tenido lugar en el mes de enero y ha supuesto un 15,6% del total. Las toneladas enviadas por Grecia han sido inferiores en un 11,7% respecto a la campaña anterior, que se han correspondido con un incremento negativo en valor, mostrando un precio medio también inferior. Es bastante probable que la situación económica que está atravesando el país tenga influencia sobre la comercialización exterior de sus productos hortofrutícolas.

El cuarto país en el *ranking* ha sido Holanda, con una cuota del 6,2%, concentrando una mayor presencia en el mercado desde agosto a noviembre debido fundamentalmente a la reexportación de producto de Sudáfrica y Argentina. El resto de la campaña se ha servido en gran medida de producto procedente de España, Marruecos y Egipto. La evolución de este país durante la campaña objeto de análisis ha sido negativa en volumen y valor, como la mayoría de países de la Unión a excepción de Alemania y España, que han obtenido ligeros aumentos en las toneladas venidas. El importe obtenido por la comercialización, también ha sido menor que en el periodo de referencia, para casi la totalidad de los países europeos analizados. No obstante, Alemania y España han presentado incrementos positivos en valor. Italia, por su parte, ha mejorado las cotizaciones medias, sin lograr compensar la merma en las cantidades enviadas como se pone de manifiesto en el cómputo total.

Tabla 29. Exportaciones de naranja de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
España	696.150	744.894	7,00	1.063.636	1.227.890	15,44
Grecia	97.872	82.040	-16,18	221.135	195.335	-11,67
Holanda	132.450	119.606	-9,70	187.787	171.714	-8,56
Italia	67.154	64.940	-3,30	118.642	101.485	-14,46
Alemania	36.053	62.165	72,43	51.148	98.726	93,02
Otros INTRA UE-27	71.486	86.310	20,74	118.376	135.159	14,18
TOTAL INTRA UE-27	1.101.164	1.159.954	5,34	1.760.723	1.930.310	9,63
Sudáfrica	48.758	50.819	4,23	92.403	96.923	4,89
Egipto	50.451	44.298	-12,20	93.460	79.208	-15,25
Marruecos	35.359	27.797	-21,39	65.882	62.293	-5,45
Argentina	50.451	44.298	-12,20	93.460	79.208	-15,25
Uruguay	35.359	27.797	-21,39	65.882	62.293	-5,45
Otros EXTRA UE-27	75.207	73.043	-2,88	142.777	136.254	-4,57
TOTAL EXTRA UE-27	524.078	443.083	-15,45	924.097	806.240	-12,75

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

El comportamiento de los países no comunitarios ha sido diferente que el de los pertenecientes a la Unión, con descensos en todos los parámetros analizados. El principal exportador de los países no comunitarios es Sudáfrica que, además, es el segundo país en importancia. Esta campaña ha presentado una evolución positiva, con un incremento en las toneladas enviadas del 4,89%. El producto sudafricano ha estado concentrado en el mercado desde los meses de julio a octubre, con cuotas de entre el 30 y el 50%, respectivamente. Se trata por tanto, de un país con producción de contraestación que complementa las producciones europeas. No obstante, se aprecia una tendencia creciente de presencia de estos productos en el mercado cuando empieza la temporada española, momento en el que se alcanzan las mejores cotizaciones.

Egipto y Marruecos, al igual que el resto de países del arco mediterráneo, son competidores potenciales al ser coincidentes en la época de producción, aunque de momento las cantidades exportadas son muy inferiores a las de España. Durante el periodo analizado estos dos países no comunitarios se han comportado de forma similar, con una presencia más desfavorable en el mercado europeo tanto en volumen como en valor. Tanto es así, que Egipto ha pasado de ocupar el quinto al séptimo lugar del ranking de proveedores. Argentina y Uruguay son, como Sudá-

frica, proveedores de producto fuera de temporada. Ocupan la novena y décima posición, respectivamente, teniendo presencia principalmente desde julio a noviembre. Todos los países no comunitarios analizados, han presentado una evolución negativa, a excepción de Sudáfrica.

Hay que destacar el buen comportamiento que ha presentado Uruguay durante la campaña, ya que ha incrementado el volumen comercializado en un 14%, aunque el crecimiento del importe recibido ha sido más modesto, del 0,14%. El caso de Argentina ha sido diferente, ya que ha disminuido las toneladas enviadas, obteniendo mejores cotizaciones que han compensado la menor cantidad, hasta superar en un 1,8% las cifras del periodo anterior. Existe una gran distancia entre España y el resto de países exportadores. No obstante, la aportación de Argentina y Uruguay es tan significativa que con sólo unos pocos meses de suministro dentro del periodo estudiado se encuentran entre los diez primeros países. Estas aportaciones podrían ser mayores de reanudarse los acuerdos comerciales entre la Unión y los países del MERCOSUR.

Respecto a la importación de mandarina por parte de la Unión Europea, ésta ha aumentado considerablemente durante la campaña 2010/2011, con cerca de un 60% más de producto absorbido por el mercado. El principal exportador a Europa continua siendo España con un claro desmarque del resto de países. De hecho, durante el periodo analizado ha introducido un total del 1.293.104 toneladas frente a las 89.616 introducidas por Marruecos, el segundo exportador en importancia. El éxito de las variedades de clementinas contribuye en cierta medida al mantenimiento de esta posición. La mandarina de origen español ha representado del 70 al 74% del total del producto en el mercado de octubre a febrero y ha superado el 50% en marzo y abril. En la campaña 2010-2011 España ha aumentado sus envíos en un 44,89%, lo que se ha correspondido con un aumento en el valor, aunque de inferior cuantía.

Marruecos ha acaparado un 4,53% del mercado, con mayor representatividad desde diciembre a marzo, meses en los que la presencia del producto español es mayor. Aún así, su cuota máxima la ha alcanzado en febrero con un 7,0% del total. La evolución de los envíos durante el periodo analizado ha sido negativa en volumen y valor, siendo esta última de mayor calado, lo que muestra un cierto descenso de los precios medios respecto al periodo anterior.

Holanda, Italia y Alemania se han posicionado en el tercer, cuarto y quinto lugar con cantidades no muy distantes entre sí. Las ventas italianas se han concentrado de noviembre a enero principalmente, con máximo de presencia en el mes de diciembre (7,57%). El comportamiento de los envíos de este país ha sido el más negativo de todos los analizados, con un escaso incremento en las cantidades exportadas que, además, se ha correspondido con un descenso en el montante total. Holanda, sin embargo, ha presentado variaciones positivas superiores al 100% en ambos parámetros. Como viene siendo habitual, las cantidades enviadas se mantienen con cierta estabilidad durante todo el periodo pero con un máximo en las toneladas durante el mes de diciembre. No obstante, la mayor representatividad en el mercado la ha obtenido en el mes de septiembre con una cuota del 19,05%. Para lograr mantenerse en el mercado de una forma más o menos constante reexporta producto procedente de otros orígenes: España, Marruecos y Argentina, principalmente. Alemania también se abastece de mandarinas de otras zonas que después reenvía, en su mayoría de España y algo de Holanda.

Como resultado del comportamiento de los diferentes países europeos, se ha producido un aumento en las toneladas exportadas a la UE-27. Por otra parte, el conjunto de los países no comunitarios ha mostrado una situación mejor. Se han producido aumentos tanto en volumen como en importe, del 112,45% y del 94,38%, respectivamente. Sudáfrica es el único país dentro del grupo de los no comunitarios que ha retrocedido un puesto en la clasificación de los considerados en la Tabla 30, ocupando ahora la sexta posición, con una cuota del 2,9%. Aunque realmente su producto entra en el mercado en los meses iniciales y finales de la campaña española, con cuotas del 16,5 y del 22,8% en septiembre y mayo, respectivamente.

Tabla 30. Exportaciones de mandarina de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
España	826.171	1.052.129	27,35	892.484	1.293.104	44,89
Holanda	37.156	75.946	104,40	41.373	82.922	100,42
Italia	47.948	45.531	-5,04	73.461	75.752	3,12
Alemania	31.654	45.531	43,84	30.323	68.457	125,76
Otros INTRA UE-27	38.809	91.637	136,13	46.801	106.595	127,76
TOTAL INTRA UE-27	981.738	1.310.775	33,52	1.084.443	1.626.830	50,02
Marruecos	79.082	70.113	-11,34	99.202	89.616	-9,66
Sudáfrica	28.681	51.057	78,02	33.013	57.922	75,45
Turquía	719	26.666	3.606,88	973	50.485	5.086,96
Otros EXTRA UE-27	29.273	119.939	309,73	31.652	152.179	380,78
TOTAL EXTRA UE-27	137.755	267.775	94,38	164.840	350.201	112,45

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

Turquía es el séptimo país del *ranking* y el tercero no comunitario en importancia. Los envíos turcos, al igual que los del resto del arco mediterráneo, como se comentaba en el caso de la naranja, son coincidentes en las fechas de producción y por ende, de comercialización, lo que realiza su papel de posibles competidores. La situación mostrada por Argentina ha sido similar en cuanto a la caída de los parámetros y el descenso de una posición en la clasificación. El comportamiento de Israel ha sido ligeramente diferente, ya que a pesar de los descensos en las toneladas vendidas ha obtenido precios medios más elevados que han contribuido a un menor descenso del valor del conjunto comercializado.

En general, el comportamiento de la mandarina es similar al de la naranja. Actualmente, la situación española es de cierto liderazgo, pero no hay que olvidar que eso puede cambiar, por lo que es necesario estar vigilantes a modificaciones de carácter productivo e institucional.

Con relación a la comercialización de albaricoque en el entorno de la Unión, hay que destacar nuevamente una clara dominancia de los países comunitarios como proveedores del 93% del total absorbido por el mercado, cantidad que continúa aumentando por tercera campaña consecutiva.

En esta ocasión, el producto galo es el que tiene una mayor representatividad, del 36,0%, siendo de mayor relevancia su presencia durante los meses de julio, agosto y septiembre, que es cuando alcanza cuotas de entre el 45% y el 60%. La entrada de albaricoque francés ha

aumentado casi un 30%, y esto a pesar de que la producción en dicho país ha retrocedido un 5%, según su Ministerio de Alimentación, Agricultura y Pesca (Tabla 31). Este descenso productivo ha tenido lugar como consecuencia de incidencias climatológicas, ya que en algunas zonas las precipitaciones afectaron a la floración. Del conjunto de países miembros más destacados, tan sólo la ya citada Francia e Italia han presentado una evolución positiva. Además, el albaricoque de origen italiano ha mejorado su cotización media respecto al periodo de referencia. Italia es el tercer país en importancia con una cuota del 13,6%, a pesar de ser el principal productor de esta fruta de la Unión. Concentra sus envíos desde mayo hasta agosto, aunque ha obtenido mayor representatividad en el mercado durante el mes de octubre con un 24,9%.

Tabla 31. Exportaciones de albaricoque de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
Francia	62.021	73.831	19,04	37.625	48.800	29,70
España	39.649	39.939	0,73	31.548	30.384	-3,69
Italia	22.658	25.174	11,10	17.419	18.407	5,67
Grecia	16.181	12.394	-23,40	13.789	12.731	-7,67
Otros INTRA UE-27	25.111	24.417	-2,77	15.989	15.793	-1,23
TOTAL INTRA UE-27	165.620	175.754	6,12	116.370	126.115	8,37
Turquía	9.974	8.147	-18,31	5.632	4.194	-25,53
Otros EXTRA UE-27	11.320	17.223	52,15	4.771	5.149	7,92
TOTAL EXTRA UE-27	21.293	25.370	19,15	10.402	9.342	-10,19

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

España continúa manteniendo la segunda posición del ranking, obteniendo una mejor comercialización exterior de este producto que Italia. Su cuota se ha cuantificado en un 22,43% y aunque su presencia en el mercado se extiende de mayo a octubre, alcanza su máxima cuota en mayo y junio. A lo largo de la campaña los volúmenes nacionales emitidos a la Unión han descendido en un 3,69%, pero la mayor cotización del producto ha permitido el mantenimiento del valor de los mismos. Grecia, sin embargo, ha sido el país con el comportamiento más desfavorable, con retrocesos en todas las variables analizadas. Como se ha comentado anteriormente en el análisis del mercado de la naranja, es muy probable que la crisis por la que está atravesando el país heleno haya afectado a la comercialización de sus productos en Europa, entre otras circunstancias.

Como resultado, se puede observar en la Tabla 31, que el comportamiento del conjunto de países miembros ha evolucionado de forma negativa. Los no comunitarios, sin embargo, han disminuido sus envíos en un 10,19%. No obstante, el aumento del precio medio alcanzado por el producto ha compensado el déficit en toneladas, logrando un aumento del 19,15% en el valor final. Dentro de este grupo, una vez más, hay que destacar el papel de las exportaciones turcas, que con el volumen introducido en tres meses (junio, julio y agosto) se coloca en la sexta posición del *ranking*. Como ya se ha indicado para otras frutas y hortalizas, se trata de un país con un elevado potencial competidor que actualmente centra el comercio de su producción al mercado interno, así como a otros mercados de mayor proximidad. No obstante, durante esta campaña ha presentado una evolución a la baja que le ha hecho descender una posición en la clasificación, ya que en 2009-2010 ostentaba el quinto puesto.

El mercado europeo del melocotón ha crecido durante este periodo en un 15,12%, debido al aumento del volumen comercializado por los países miembros. Este conjunto de países es el principal suministrador de melocotón de la Unión, tal y como puede apreciarse en la Tabla 32.

España es el segundo productor más importante de esta fruta en Europa, sin embargo, lidera el mercado con una cuota del 60,3%. El melocotón nacional está presente en Europa durante todos los meses analizados, aunque alcanza una mayor representatividad desde mayo a noviembre, con cuotas de entre el 50 y el 75%. Es necesario destacar que ha sido durante el mes de mayo cuando ha logrado su máximo, mes en el que la Región de Murcia se encuentra en plena producción. Nuestras exportaciones, además, han crecido un 19% en volumen y casi un 6% en valor (Tabla 32).

Tabla 32. Exportaciones de melocotón de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
España	213.672	225.856	5,70	204.240	243.113	19,03
Italia	71.351	62.217	-12,80	75.740	78.398	3,51
Francia	18.566	21.998	18,49	15.609	21.695	38,99
Alemania	13.283	12.927	-2,68	13.040	15.866	21,67
Grecia	11.277	9.032	-19,90	16.301	14.886	-8,68
Holanda	11.780	15.387	30,62	7.931	12.546	58,19
Otros INTRA UE-27	8.933	8.943	0,11	6.637	8.396	26,51
TOTAL INTRA UE-27	348.862	356.362	2,15	339.498	394.900	16,32
TOTAL EXTRA UE-27	19.010	16.966	-10,76	10.758	8.312	-22,74

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

La segunda posición del *ranking* es ocupada por el melocotón italiano, a pesar de que Italia es el principal productor europeo de esta fruta. Por tanto, este país destina gran parte de su producción al consumo interno y la comercialización con países extracomunitarios. Dentro de Europa, los envíos italianos han representado un 19,44% del mercado, coincidiendo su máxima representatividad con la española, lo que hace de él un gran competidor en potencia, a pesar de que sus envíos son en la actualidad, muy inferiores a los de nuestro país. En los meses analizados las toneladas comercializadas desde Italia han aumentado en un 3,51%, sin embargo, la devaluación del producto ha tenido como consecuencia una variación negativa en el importe total alcanzado.

El mayor incremento en volumen lo ha protagonizado el producto holandés que ha aumentado las toneladas vendidas en un 58,19%, pasando de ocupar una cuota del 2,3% al 3,1% durante la campaña objeto de estudio. Las cotizaciones del melocotón procedente de Holanda también han sido inferiores a las del anterior periodo, aunque el montante final ha sido mayor en un 30,62%. También es destacable el buen comportamiento de las ventas galas, que han superado a las de la anterior campaña en un 38,99%, máxime si se tiene en cuenta que la producción francesa ha retrocedido ligeramente como consecuencia de una meteorología desfavorable durante la primavera. Las magnitudes monetarias han presentado la misma evolución que las de España y Holanda.

Una vez más, el caso más desfavorable viene de la mano de Grecia, con retrocesos en volumen, valor y precio medio. De manera que ha descendido dos puestos del *ranking*, pasando de la tercera a la quinta posición. Su cuota en el mercado es ahora del 3,7%, frente al 4,7% alcanzado en la campaña anterior.

El suministro por parte de los países extracomunitarios es escasamente representativo, no encontrándose ningún país de este grupo dentro de los 10 más relevantes. Asimismo, la evolución de este conjunto ha sido negativa en los parámetros analizados, que se han cuantificado en una merma de las toneladas comercializadas del 22,74% y de la cuantía obtenida, del 10,76%.

A continuación se analiza la importación de ciruela por parte de la UE-27. En esta ocasión, las cifras globales del mercado han evolucionado positivamente, lo que se ha debido tanto al crecimiento de los envíos procedentes de los países comunitarios como de los no comunitarios, aunque con un mayor progreso de éstos últimos.

Para este producto no existen excesivos márgenes entre los distintos países suministradores. No obstante, en las últimas campañas no se han producido variaciones en la clasificación de los 10 primeros, al menos en el lado más alto de la lista. Así, España continúa ocupando la primera posición con una cuota del 26,3%, con volúmenes representativos de mayo a noviembre. La producción murciana contribuye a este global, principalmente en los meses iniciales. Asimismo, la cuota máxima ha tenido lugar en junio (69,1%), seguida de la de julio con más de un 50%. Al igual que ocurre en el mercado del melocotón, en el mercado de la ciruela Italia ocupa la segunda posición con un calendario de producción/exportación muy similar al español, siendo un fuerte competidor en potencia. No obstante, las toneladas introducidas aún son menores que las nacionales, alcanzando una representatividad del 15,73%. Los tres países comunitarios más destacados han introducido una mayor cantidad de producto en el mercado, y han obtenido un mayor importe como resultado, a excepción de España, que ha recibido una menor cuantía por las ventas (Tabla 33).

Tabla 33. Exportaciones de ciruela de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
España	68.062	66.059	-2,94	68.299	72.302	5,86
Italia	31.089	32.923	5,90	35.866	43.232	20,54
Holanda	32.400	37.438	15,55	20.846	27.422	31,55
Otros INTRA UE-27	47.473	48.263	1,66	56.745	56.408	-0,59
TOTAL INTRA UE-27	179.024	184.683	3,16	181.756	199.363	9,69
Sudáfrica	53.654	62.803	17,05	30.034	37.615	25,24
Chile	29.528	37.725	27,76	17.672	26.976	52,64
Otros EXTRA UE-27	12.537	10.127	-19,22	13.799	10.848	-21,38
TOTAL EXTRA UE-27	95.719	110.655	15,60	61.505	75.439	22,66

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

Como se ha indicado anteriormente, la evolución de los países que no pertenecen a la Unión ha sido muy positiva, de manera que Sudáfrica y Chile, principales proveedores de este grupo, han mejorado en sus magnitudes físicas y monetarias. Sudáfrica es el segundo país en importancia del *ranking*, con una representatividad del 13,7%. Las producciones sudafricanas entran en el mercado de forma complementaria a las españolas. No obstante, podrían comprometer el principio y final del calendario nacional de extender más el suyo. Chile se ha mantenido en la quinta posición, a pesar de haber incrementado las ventas a Europa, no alcanzando la representatividad suficiente para recuperar el cuarto puesto que ostentaba hace dos campañas. La ciruela chilena se comercializa principalmente desde febrero hasta mayo, teniendo un calendario similar a la sudafricana, pero más reducido y tardío.

El mercado europeo del melón ha retrocedido durante la campaña 2010-2011, además presentando descensos similares en toneladas (-2,1%) e importe (-2,4%). El retroceso alcanzado en volumen es consecuencia de la menor entrada de producto de terceros países, mientras que la menor cuantía de las ventas deriva del descenso de las cotizaciones del producto de origen europeo.

España ha mantenido la primera posición con una representatividad del 38,5% respecto al volumen total comercializado. Muy de cerca en cuanto a toneladas se refiere, le sigue la producción procedente de Brasil con una cuota de mercado del 16,94%. No obstante, el melón brasileño es un producto de contraestación, concentrándose su presencia en Eu-

ropa desde octubre a febrero, y por tanto, de carácter complementario en el calendario de la producción nacional; ya que la concentración del melón español es mayor desde mayo hasta octubre. El comportamiento de estos dos países ha sido similar, con descensos en valor y volumen. No obstante, las toneladas españolas de melón han disminuido ligeramente, mientras que las brasileñas se han mermado en un 20,25% (Tabla 34). Este descenso puede deberse por un lado, a la crisis económica que hace menos atractivo el sobre coste del transporte hacia Europa; y por otro lado, la mayor demanda interna de Brasil debido al mayor poder adquisitivo de la población.

El resto de países les siguen a una distancia considerable, ocupando las ventas holandesas la tercera posición con una evolución positiva en cuanto a volumen e importe, por segundo año consecutivo. Además, Holanda ha mejorado el precio medio obtenido por la venta de esta fruta. Francia, sin embargo, ha obtenido incrementos desfavorables en ambos parámetros. Este país, junto con España, son de los pertenecientes a la Unión que han evolucionado más desfavorablemente en el periodo analizado, con retrocesos en cantidad y cuantía, con respecto a la campaña de referencia. Por otra parte, hay que destacar los aumentos en volumen y valor experimentados por Honduras y Costa Rica.

Tabla 34. Exportaciones de melón de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
España	231.568	213.122	-7,97	326.198	324.697	-0,46
Holanda	80.074	87.577	9,37	93.614	98.493	5,21
Francia	38.489	37.177	-3,41	26.303	26.196	-0,41
Italia	18.720	17.937	-4,18	25.272	25.379	0,42
Otros INTRA UE-27	39.598	37.039	-6,46	47.420	49.233	3,82
TOTAL INTRA UE-27	408.447	392.853	-3,82	518.806	523.997	1,00
Brasil	124.924	97.904	-21,63	179.176	142.897	-20,25
Costa Rica	38.115	50.067	31,36	54.393	61.923	13,85
Marruecos	47.863	49.399	3,21	54.009	53.241	-1,42
Honduras	17.080	30.347	77,67	21.249	30.936	45,59
Otros EXTRA UE-27	34.642	36.732	6,03	36.829	30.354	-17,58
TOTAL EXTRA UE-27	262.624	264.449	0,69	345.655	319.352	-7,61

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

Principalmente porque la presencia de producto de estos orígenes coincide con la del producto español, puede influir en la comercialización más temprana de éste último. Marruecos también entra en el mercado de forma más temprana que España, y con volúmenes de consideración, aunque durante esta campaña ha disminuido ligeramente su presencia en el mercado.

Todo lo anterior determina que exista una fuerte competencia para el melón tanto de países de contraestación como de los coincidentes en calendario. Es necesario, por tanto, analizar la situación actual con objeto de encontrar nuevas vías de competitividad que permitan mantener la posición de liderazgo adquirida esta campaña, y marcar distancia con otros países. Respecto al comportamiento en euros de los envíos no comunitarios, en todos ellos ha sido favorable tanto en cotizaciones medias, como en el cómputo global, excepto en Brasil.

La demanda de sandía en la UE-27 ha absorbido un 10,64% menos de esta fruta que en la campaña de referencia, siendo responsable en mayor medida la merma de las importaciones procedentes de terceros países. Aunque para este último grupo el comportamiento en euros ha sido más favorable que para el conjunto de los miembros de la Unión.

En sandía la importancia de los países comunitarios vuelve a ser más significativa que la de los que no lo son, siendo España la principal suministradora de esta fruta. Sin embargo, nuestro país ha disminuido sus envíos en un 13,53%, con cifras inferiores a las presentadas en la campaña 2008-2009 (Tabla 35). El menor volumen comercializado se ha correspondido con un incremento en los precios medios, que lamentablemente no ha sido suficiente para remontar la cuantía de la anterior campaña. La concentración de los envíos nacionales se produce de mayo a septiembre, representando una cuota media en el periodo analizado del 37,35%.

Italia es el segundo país en importancia, pero con cantidades mucho menores, que han supuesto un 11,47% del total de mercado. La tendencia de las exportaciones italianas ha sido descendente en toneladas e importe, destacando las caídas de las cotizaciones medias, y por ende de las ventas. Grecia, por su parte, ha presentado unos porcentajes bastante inferiores a los manifestados en el periodo de referencia, tanto es así que el descenso en los envíos griegos se ha cuantificado en casi un 30,0%. El resto de países de la Unión también han experimentado mer-

mas en volumen, a excepción de Hungría. Este mismo comportamiento negativo se ha dado en la evolución del valor de lo comercializado, aunque en este caso, la nota positiva ha venido de la mano de Holanda.

Las cantidades vendidas por los países no comunitarios han sido más desfavorables si cabe, con retrocesos superiores al 10,0% para los destacados en la Tabla 35, menos la República Yugoslava de Macedonia que ha incrementado sus emisiones en un 52,11%. Desafortunadamente, no ha presentado variaciones similares en el valor de las mismas, sino que éste ha caído un 8,32%. Costa Rica y Panamá, sin embargo, han mejorado el precio medio obtenido hasta lograr aumentos en el importe que rondan el 30%. El país extracomunitario que peor comportamiento ha presentado ha sido Brasil, que ha sufrido sendos retrocesos en las unidades físicas y monetarias. De momento, el volumen de estos países es muy inferior al comercializado por España, mostrándose como envíos complementarios a los que se llevan a cabo por los países de la zona europea. Es más, la mayoría de estos últimos reexpiden producción no comunitaria para completar el calendario de oferta. No obstante, se trata de países que, junto con Turquía o Túnez, tienen un gran potencial que los puede dirigir en un futuro a convertirse en serios competidores del producto nacional.

Tabla 35. Exportaciones de sandía de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
España	193.896	176.216	-9,12	412.558	356.726	-13,53
Italia	39.013	31.656	-18,86	115.624	109.550	-5,25
Grecia	30.454	18.553	-39,08	119.919	84.047	-29,91
Hungría	15.259	13.950	-8,58	64.215	74.462	15,96
Holanda	34.452	40.469	17,46	58.393	55.812	-4,42
Alemania	19.539	18.820	-3,68	48.513	54.129	11,58
Otros INTRA UE-27	18.804	18.021	-4,16	44.538	42.865	-3,76
TOTAL INTRA UE-27	351.417	317.685	-9,60	863.760	777.591	-9,98
Macedonia	3.667	3.362	-8,32	16.803	25.560	52,11
Costa Rica	13.739	17.935	30,54	28.530	25.041	-12,23
Panama	12.195	15.715	28,87	30.523	24.303	-20,38
Brasil	15.804	10.270	-35,01	31.374	20.058	-36,07
Otros EXTRA UE-27	25.380	29.741	17,18	97.772	82.459	-15,66
TOTAL EXTRA UE-27	70.785	77.023	8,81	205.002	177.422	-13,45

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

Para finalizar, se analiza la evolución de la comercialización de uva de mesa en Europa. En este caso, las toneladas absorbidas también han sido menores que en la anterior campaña, con una influencia en estas cifras similar tanto para el conjunto de miembros de la Unión, como para el grupo de los extracomunitarios. Aunque este menor volumen ha ido acompañado de mayores cotizaciones medias tanto para el producto procedente de los países comunitarios como de los extracomunitarios. Los países de la Unión en este caso no han presentado un comportamiento tan favorable por haber mejorado los precios medios en menor proporción.

Analizando cada uno de los orígenes, se observa que Italia continúa siendo el líder en el mercado europeo de esta fruta con 357.659 toneladas y una cuota del 24,97% del total. No obstante, la representatividad del producto italiano se ha situado por encima del 50% en agosto y septiembre. La segunda posición la ostenta Holanda con algo más de la mitad de la uva introducida por Italia. El periodo de mayor entrada de la uva procedente de Holanda es de noviembre hasta junio, con tasas que oscilan entre el 10 y el 25%. España es el quinto país en importancia con una comercialización de 135.883 toneladas, que se concentran principalmente de julio a noviembre, siendo la cuota española del 9,5%. Durante esta campaña los envíos españoles han crecido prácticamente un 2%, respecto al periodo de referencia (Tabla 36). En general los países de la Unión analizados han obtenido precios medios más favorables que durante el periodo de referencia, provocando un aumento en el valor de las ventas. Tan sólo Italia y Grecia han empeorado la cuantía, a pesar de un incremento en las cotizaciones.

Tabla 36. Exportaciones de uva de mesa de nuestros principales competidores

País	Miles de euros			Tm		
	2009/2010	2010/2011	% var.	2009/2010	2010/2011	% var.
Italia	405.758	395.445	-2,54	397.049	357.659	-9,92
Holanda	326.374	374.550	14,76	190.098	193.872	1,99
España	188.814	224.897	19,11	118.976	135.883	14,21
Grecia	108.406	90.218	-16,78	107.781	83.734	-22,31
Alemania	71.045	80.925	13,91	51.032	53.743	5,31
Otros INTRA UE-27	114.214	124.332	8,86	76.919	75.270	-2,14
TOTAL INTRA UE-27	1.214.612	1.290.366	6,24	941.855	900.160	-4,43
Sudáfrica	351.847	371.726	5,65	171.788	162.833	-5,21
Chile	236.050	309.502	31,12	148.316	162.360	9,47
Egipto	83.101	95.163	14,51	43.660	42.823	-1,92
Brasil	71.638	83.934	17,16	37.136	41.689	12,26
Otros EXTRA UE-27	243.074	214.444	-11,78	155.019	122.392	-21,05
TOTAL EXTRA UE-27	985.709	1.074.768	9,03	555.919	532.096	-4,29

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

Dentro del grupo de los países no comunitarios, ocupando el tercer y cuarto puesto del *ranking*, se encuentran Sudáfrica y Chile, pero con cantidades muy inferiores a las de Italia como puede apreciarse en la Tabla 36. Estos dos países tienen una representatividad en el mercado muy similar, del 11,37% y del 11,34%, respectivamente. La uva sudafricana ha tenido mayor presencia de diciembre hasta abril, con un máximo de cuota en enero, del 42,66%. La entrada de la uva chilena es algo más tardía y con un calendario más estrecho, desde febrero hasta mayo, alcanzando su mayor representatividad durante los dos últimos meses de dicho intervalo. La evolución del volumen comercializado por los primeros países de la clasificación no ha sido muy positiva, aunque hay que resaltar el aumento en toneladas de la uva brasileña que se ha cuantificado en un 12,26%, con cotizaciones medias superiores a las de la campaña anterior. La uva de Chile también ha incrementado su volumen de ventas, aunque de manera más modesta. No obstante, la cotización de esta fruta ha sido la que mejor ha evolucionado dentro de los países seleccionados en la Tabla 36. Como puede apreciarse en dicha tabla, el mercado ha mejorado para estos países en lo que a magnitudes monetarias se refiere.

6.3. Evolución de las importaciones

La presencia de este apartado queda justificada porque representa una herramienta de detección de las posibles actividades de reexportación que se hayan producido en la región. Resulta interesante conocer si la entrada de producto supone la complementariedad de la producción regional o, si por el contrario, la sustituye. Para el análisis se han concentrado en un mismo gráfico la distribución porcentual de las exportaciones realizadas desde la Región de Murcia, y las importaciones de esta comunidad autónoma. Aunque los volúmenes importados son escasos en comparación con las exportaciones, en el caso de que se den puntas coincidentes en el gráfico, será probable que se esté reexportando producto desde la región. Sin embargo, si la concentración de las importaciones coincide con los mínimos de las exportaciones se estaría produciendo la complementariedad estacional o bien, el abastecimiento regional.

Durante esta campaña, la importación de frutas y hortalizas ha disminuido con respecto a la anterior en un 4,58%. Según los datos de la Dirección General de Aduanas, este retroceso se ha debido a la menor adquisición tanto de hortalizas (-5,92%), como de frutas (-3,08%). Si se analiza la evolución de los diferentes productos considerados a lo largo de este documento, se observa la disminución de la mayoría de los mismos. Del conjunto de hortalizas, la única que ha incrementado su demanda ha sido la col, aunque los volúmenes no son muy significativos. En el caso de las frutas la tendencia no es tan clara, existiendo productos que han aumentado las toneladas importadas. Como crecimientos, hay que destacar los producidos en melón (84,74%), melocotón (108,51%), ciruela (279,52%) y uva de mesa (24,66%). Todos ellos, han continuado la tendencia ascendente de los últimos años, aunque las toneladas adquiridas de ciruela son escasas. Los descensos de mayor relevancia se han producido en tomate, pimiento, limón y naranja, por tratarse de productos que habitualmente están entre los diez primeros del ranking de importación. De hecho, limones, naranjas y pimientos ocupan el segundo, tercer y cuarto puesto de dicha clasificación, tras la patata que ocupa la primera posición.

En cuanto al valor de las toneladas adquiridas de frutas y hortalizas, éste ha disminuido en un 2,31%. Al igual que ha ocurrido en volumen, los dos grupos de productos también han retrocedido en valor, aunque el descenso más acusado ha venido de la mano de la cuantía pagada por

las frutas, ya que el retroceso de las hortalizas no ha llegado al 1%. En este caso, es destacable el descenso sufrido en tomate, limón y naranja, por su peso en el cómputo global.

Como se ha indicado anteriormente, la representatividad de las importaciones con respecto a las exportaciones es escasa, habiéndose cuantificado durante la campaña objeto de análisis en un 8,33%, tal y como muestra la Tabla 37. En ella se puede apreciar que los productos con una mayor relación importación-exportación son naranja, limón, pimienta y tomate, y es por ello que vamos a analizar gráficamente la evolución de este parámetro.

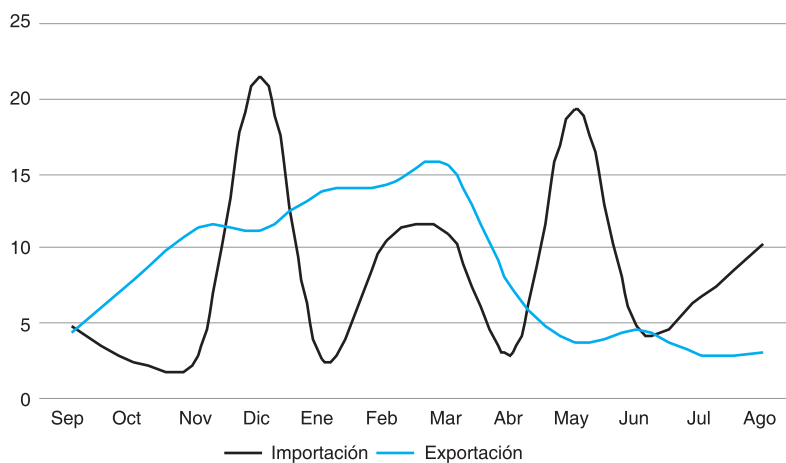
Tabla 37. Importaciones y exportaciones de frutas y hortalizas en la campaña 2010/2011. En toneladas

Producto	Exportación	Importación	% importación/exportación
Lechuga	460.922	2.631	0,57
Col	34.233	248	0,72
Brócoli	184.525	243	0,13
Tomate	106.823	5.832	5,46
Pimiento	93.105	10.891	11,70
Apio	51.335	43	0,08
Limón	296.710	27.996	9,44
Naranja	82.408	18.967	23,02
Mandarina	82.614	1.240	1,50
Melón	168.795	5.067	3,00
Sandía	93.768	436	0,46
Melocotón	80.231	3.581	4,46
Albaricoque	12.035	162	1,35
Ciruela	18.490	26	0,14
Uva de mesa	76.143	2.227	2,93
Otros	192.573	89.868	46,67
Total	2.034.710	169.458	8,33

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Respecto al comportamiento de los flujos de entrada y salida de tomate en la región, puede observarse en el Gráfico 31 como la concentración de las exportaciones es progresiva ascendente hasta marzo y descendente a partir de ese momento, mientras que la concentración de las importaciones es más puntual, destacando las compras de producto realizadas en diciembre, febrero, marzo y mayo. No obstante, la mayor salida de producto es coincidente con algunos picos de entrada del mismo, lo que pone de manifiesto, por un lado, la complementariedad de la producción local con la foránea, sobre todo en mayo, julio y agosto; y, por otro, la posible reexportación de producto de otros orígenes. De momento, esta manera de proceder es positiva, ya que permite un mejor abastecimiento del mercado, la ganancia del valor añadido de la venta de tomate de otras zonas y ello, con el liderazgo de la hortaliza regional frente a la foránea.

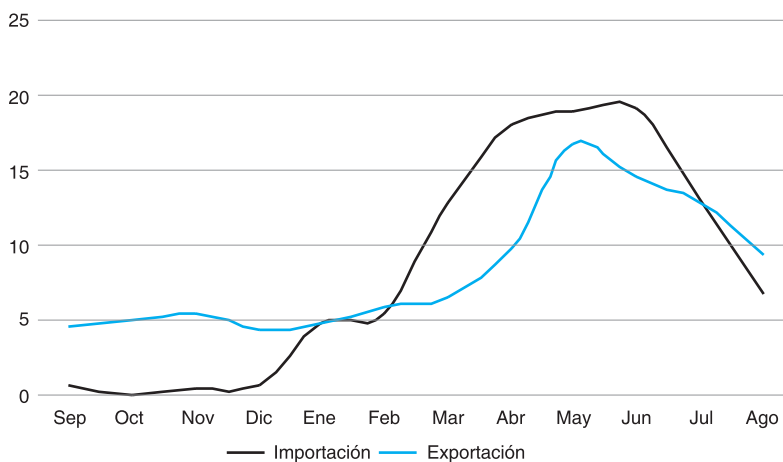
Gráfico 31. Concentración de las importaciones y exportaciones de tomate. En porcentaje



Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Al analizar la concentración de las importaciones y exportaciones de pimienta se observa que las entradas de producto se han aglutinado mayoritariamente desde febrero a julio, lo que ha supuesto un cierto retraso con respecto al periodo de referencia (Gráfico 32). Además, puede apreciarse que la adquisición de producto en el mes de mayo ha sido más moderada. Esto muestra un claro avance del producto procedente del exterior en el calendario de exportación murciano, dejando atrás picos estacionales. Por tanto, cada vez más, la entrada de pimienta foráneo coincide con los meses de producción de la región, lo que podría estar indicando el inicio del desplazamiento de la producción temprana local por el de otros orígenes. No obstante, el hecho de que las cantidades importadas sean todavía escasas, ofrece la posibilidad de complementar la oferta.

Gráfico 32. Concentración de las importaciones y exportaciones de pimienta. En porcentaje

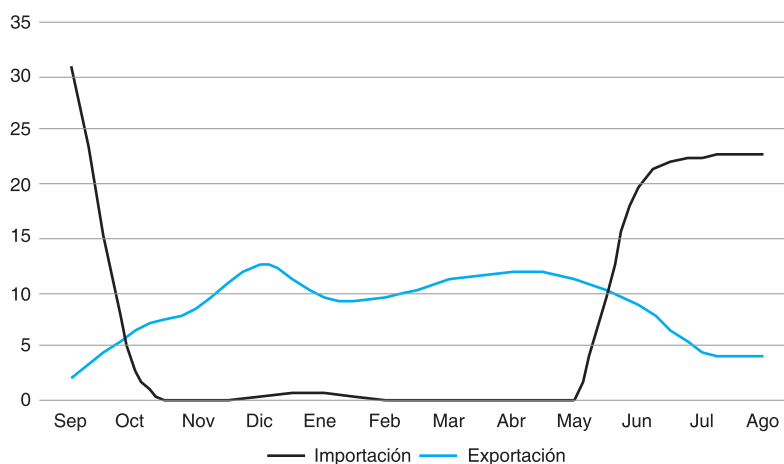


Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Las curvas presentadas en el caso del limón, son un claro ejemplo de complementariedad del producto local por foráneo. Así desde octubre hasta mayo se observa el liderazgo de una exportación constante de este cítrico, lo que muestra, además, una comercialización muy estable. Durante dichos meses, la presencia de producto procedente de otras zonas es casi inexistente. Sin embargo, la entrada de este producto externo a la región se hace manifiesta en los extremos del periodo objeto

de estudio, cuando el limón murciano tiene una comercialización escasa. Así pues, podemos afirmar que las importaciones se emplean para complementar la comercialización de este producto tanto en el extranjero, como en el mercado regional (Gráfico 33).

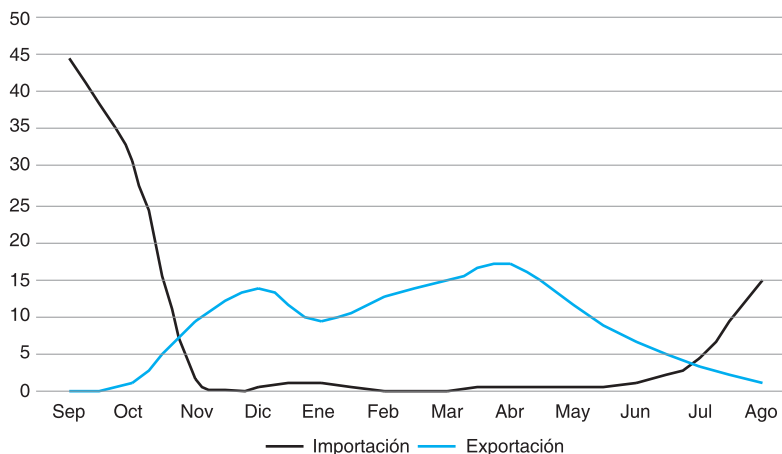
Gráfico 33. Concentración de las importaciones y exportaciones de limón. En porcentaje



Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

En el caso de la naranja se ha producido una situación similar a la del limón. Así, se puede apreciar claramente una complementariedad del producto local con el de otros orígenes. Las exportaciones de naranja murciana han presentado un claro liderazgo desde diciembre hasta julio frente a las importaciones, aunque en este cítrico el reparto porcentual de los envíos al exterior no ha sido tan estable como en el limón. Hay que destacar que las entrada de naranja foránea durante los meses de agosto a octubre representa un tonelaje importante, pudiéndose dar el caso en un futuro de cierto desplazamiento de la producción local en sus extremos tempranos y tardíos. No obstante, de momento permite la complementariedad de suministro en el exterior y abastecimiento interno de la Región.

Gráfico 34. Concentración de las importaciones y exportaciones de naranja. En porcentaje



Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

7. Conclusiones

Desafortunadamente, la campaña hortofrutícola 2010/2011 de la Región de Murcia ha tenido un comportamiento totalmente contrario al de la anterior. Este desenlace viene explicado, en parte, por los cambios experimentados por los factores que afectan a los costes y a los ingresos (climatología, plagas y enfermedades, cantidades producidas, precios de los inputs y de los productos comercializados, etc.), y cuyo balance final ha tenido un efecto negativo sobre los resultados obtenidos.

La última campaña se ha caracterizado por la escasa incidencia de plagas y enfermedades y unas buenas condiciones climatológicas. No obstante, esta situación ha estado ensombrecida por el granizo caído durante los meses de abril, mayo y agosto que ha ocasionado algunos daños en frutales (melocotón, albaricoque, nectarina y uva de mesa) y algunas hortalizas (lechuga, brócoli y melón). Este buen comportamiento fitosanitario de los cultivos y de la climatología ha incidido de forma positiva en los rendimientos de los cultivos, lo que se ha traducido en un ligero incremento de la producción, respecto a la campaña anterior, tanto de las hortalizas (0,8%) como de las frutas (1,4%).

Entre las hortalizas, el incremento de la producción ha sido más intenso en sandía (14,4%), alcachofa (13,8%) y lechuga (7,6%). Estos incrementos son debidos, en parte también, al incremento de la superficie cultivada. Por el contrario, los dos principales cultivos bajo invernadero, tomate y pimiento, han visto descender una campaña más su producción en un -9,0% y -2,7%, respectivamente. Estas reducciones se deben fundamentalmente al descenso de la superficie cultivada. No obstante, la caída en la producción de estos dos cultivos es inferior al descenso experimentado por la superficie de cultivo, lo que revela el esfuerzo continuado de modernización de los invernaderos para incrementar los rendimientos físicos obtenidos.

En el caso de las frutas, la evolución seguida por la producción presenta un comportamiento desigual en cítricos y frutales no cítricos. Mientras los primeros han visto descender su producción un -3,3% en la campaña 2010/2011, respecto a la anterior, los segundos la han incrementado un 13,3%. Al aumento de la producción de frutas no cítricas han contribuido el melocotón (19,7%), el albaricoque (16,5%) y la ciruela (13,2%), que han contrarrestado ampliamente el descenso de la producción de uva de mesa (-6,8%). En cambio, la merma en la cosecha de cítricos se debe a las bajadas de producción de las dos especies más importantes, los limones y las naranjas, que en la campaña 2010-2011 han experimentado un descenso en su producción del -4,9% y -11,1% respectivamente. Estas reducciones no han podido ser contrarrestadas por el importante crecimiento de la producción de mandarinas (29,0%) y, en menor medida, de pomelos (3,7%).

Respecto a los medios de producción, una campaña más, su evolución no ha favorecido los resultados finales. El aumento de las cantidades utilizadas, salvo de semillas y plántones, y de los precios, sobre todo de la energía y los lubricantes, han originado un incremento de los costes de producción. Y ello, a pesar del buen comportamiento de los precios de las semillas y plántones y del coste del dinero, que aunque ligeramente superior al de la campaña anterior, se mantuvo en niveles aceptables. Sin embargo, los problemas financieros de las explotaciones persisten debido a las dificultades de acceso al crédito, si bien han encontrado un pequeño alivio para refinanciar sus pólizas de crédito a través de los fondos del Instituto de Crédito Oficial (ICO).

De lo expuesto se deducen los efectos contrapuestos que sobre los resultados de la campaña han tenido el comportamiento positivo de la producción hortofrutícola y el negativo de los medios de producción, vi-

sualizado a través del incremento de las cantidades y de los costes. Por ello, y como viene siendo la tónica habitual en el sector, la evolución de los precios de venta ha sido, una vez más, la que ha definido el desenlace de la campaña. Desafortunadamente, al contrario de lo deseado, la evolución negativa de los precios de los productos vegetales en general, y de las frutas y hortalizas en particular, han propiciado un descenso de la renta agraria del -11,39%, frente al incremento del 7,35% que se produjo en la campaña anterior.

En general, todos los precios de las principales hortalizas, frutas y cítricos, descendieron en la campaña 2010/2011, no sólo respecto a la anterior, en la que se obtuvieron buenos precios, sino también con relación a la campaña 2008/2009 y a los precios medios de las cinco campañas anteriores. Tan sólo dos frutas, uva de mesa y albaricoque han mejorado sus cotizaciones con relación a la campaña anterior. Los mayores descensos de precios, con reducciones en torno al 50% respecto a la campaña anterior, han recaído en melón (-52,38%), lechuga (-49,15%), Brócoli (-47,36%) y tomate (-44,78%), en cuanto a las hortalizas; y en limón (-43,33%) y la naranja (-37,93%) entre las frutas.

Aunque la explicación de las causas de este descenso generalizado de los precios en la última campaña escapa a los objetivos de este informe, nos atrevemos a especular con las siguientes: a) la crisis generalizada que disminuye la demanda y hace que los consumidores sean más sensibles al precio, b) la competencia creciente en los mercados europeos, c) el enorme desequilibrio de poder en las negociaciones a favor de la gran distribución, y d) la crisis sanitaria provocada por la bacteria *E-coli*.

La situación de crisis, agravada por el enorme incremento del desempleo en España a lo largo de los dos últimos años, ha contribuido a que se produzca un descenso del consumo en los hogares. Para la última campaña, en el caso de España se estima un descenso del consumo del 0,92% para hortalizas y del 2,35% para frutas. No menos importantes que los cambios cuantitativos del consumo derivados de la crisis son los cualitativos. Así, han disminuido las compras fuera de casa, lo que ha provocado un fuerte recorte de las ventas en el denominado canal HORECA. De esta forma el consumo ha vuelto al interior de los hogares, pero lo ha hecho cambiando de forma. Las compras de marcas del distribuidor se han disparado en la mayor parte de las categorías de gran consumo, pero particularmente en las de alimentación. Esta categoría de productos sirve, además, de banderín de enganche para los consu-

midores, lo que provoca que los precios se mantengan bajos para captar su atención. En este sentido, en los supermercados se está volviendo a vender producto a granel para ajustar aún más los precios y acomodarlos a los bolsillos de sus clientes.

En cuanto a la competencia, aparte de los competidores comunitarios clásicos, la de terceros países, con costes de producción inferiores a los murcianos y con un menor rigor en el cumplimiento de condiciones laborales y medioambientales, lejos de reducirse se incrementa. Ello es consecuencia de las políticas comerciales aperturistas acordadas en el marco de la Organización Mundial del Comercio, y de los acuerdos comerciales suscritos entre la Unión Europea y terceros países. Buen ejemplo de ello es la competencia del tomate marroquí, agravada con la reciente aprobación del nuevo acuerdo con Marruecos.

Junto a la competencia de Holanda o Marruecos, no hay que perder de vista a Israel y Turquía. Ambos países, aunque con volúmenes todavía poco representativos de tomate, al igual que sucede con el pimiento, tienen los recursos necesarios para, en un futuro, convertirse en serios competidores. Por su parte, Brasil y Costa Rica se están configurando como competidores directos en melón y sandía por la tendencia a ampliar sus calendarios hacia la primavera.

Otras producciones murcianas amenazadas por la competencia de terceros países son los cítricos, especialmente el limón por parte de Turquía y Argentina, y la naranja por Sudáfrica. Por ello, si se retoman los acuerdos comerciales entre la Unión Europea y los países del MERCOSUR, para facilitar la entrada de producto procedente de estos países, se puede incrementar la competencia de Argentina y Uruguay en todos los cítricos.

A los problemas estructurales que presionan los precios a la baja, relacionados con la competencia creciente y el enorme desequilibrio de poder en las negociaciones a favor de la gran distribución, durante la última campaña hay que añadir la desafortunada crisis sanitaria alemana desencadenada a finales de mayo de 2011 provocada por la bacteria *E-coli*. Esta alerta sanitaria no sólo dificultó la comercialización de los productos hortofrutícolas a partir de su anuncio, sino que también provocó una disminución en las cotizaciones medias de exportación, provocada en gran medida por la depreciación del producto como consecuencia de la alerta, así como del deterioro de la imagen del origen España para las producciones agrarias.

Del análisis conjunto de la evolución de las cantidades, los precios y los ingresos obtenidos en la campaña 2010/2011, en comparación a la anterior, se puede concluir que ésta ha sido bastante mala en general, en especial para las hortalizas. Ello obedece al enorme descenso de los ingresos, estimado en el -32,2%, a pesar del ligero incremento de las cantidades producidas (1,4%), provocado por la fuerte caída de los precios (-33,2%). Desagregando por productos, se puede considerar que ha sido una campaña:

- Muy mala para el melón, el tomate, el brócoli y la lechuga, entre las hortalizas, y el limón y la naranja, entre los cítricos, que presentan un descenso de los ingresos mayor del 40%.
- Mala para el pimiento, el apio, la alcachofa y la sandía, entre las hortalizas, la ciruela, entre los frutales, y el pomelo entre los cítricos, cuyos ingresos han descendido entre el 5% y el 30%.
- Aceptable para el albaricoque, el melocotón, la uva de mesa y la mandarina, productos en los que sus ingresos unitarios se incrementaron.

No obstante, la valoración que se acaba de realizar de la campaña 2010/2011, con respecto a la anterior, conviene matizarla atenuando los efectos coyunturales asociados a los buenos resultados de la campaña 2009/2010. De esta forma, comparada con los resultados medios de las cinco campañas anteriores, la última se puede considerar como mala en general. Esta valoración se debe al notable descenso de los ingresos, estimado en el -21,9%, provocado por una ligera caída de las cantidades producidas (-2,4%) y una fuerte caída de los precios (-20,0%). Particularizando por cultivos, el análisis realizado nos lleva a considerar que la campaña 2010/2011, respecto a la media de las cinco últimas, ha sido:

- Muy mala para el tomate, el apio, el melón y la ciruela, cuyos ingresos han descendido más del 40%.
- Mala para el brócoli, la lechuga, el pimiento y la sandía, entre las hortalizas, el melocotón, entre las frutas, y el limón, la naranja y la mandarina, entre los cítricos, que presentan un descenso de los ingresos entre el 5% y el 30%.
- Aceptable para la alcachofa, entre las hortalizas, el albaricoque y la uva de mesa, entre las frutas, y el pomelo entre los cítricos, productos en los que sus cotizaciones se incrementaron.

Por otra parte, conviene contextualizar estos resultados del sector hortofrutícola murciano en la última campaña, evaluados finalmente como malos, al producirse en unas circunstancias de crisis económica generalizada. Dicha situación está afectando de forma negativa al acceso de particulares y empresas al crédito y a la demanda de bienes, que presiona los precios a la baja, dificulta la competitividad de las empresas y destruye empleo. Sin embargo, los datos del Ministerio de Trabajo e Inmigración, correspondientes al número de trabajadores por cuenta ajena afiliados al Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social, ponen de relieve, de un lado, la mayor resistencia de este sector a la destrucción de empleo y, de otro, la mayor capacidad para ocupar colectivos marginales y con fuerte riesgo de exclusión, como es el caso de los inmigrantes. Este colectivo, al igual que el resto de trabajadores agrarios por cuenta ajena, verá mejorada su protección social como consecuencia de su integración durante esta campaña en el Régimen General de la Seguridad Social.

Por otra parte, cabe resaltar que el sector hortofrutícola continúa obteniendo sus ingresos en los mercados, especialmente en los exteriores, de forma que en la campaña 2010/2011 las ayudas de la Política Agraria Común (PAC) tan sólo representaron el 8,6% de sus ingresos. Por ello, aunque también le afectan, este sector no está demasiado expuesto a los actuales cambios de la PAC, al contrario de lo que sucede con las incertidumbres y riesgos asociados a la ya referida globalización de los mercados.

Una campaña más, las empresas hortofrutícolas murcianas mantienen su capacidad exportadora, especialmente a los mercados alemán, francés e inglés. La recuperación de la demanda interna de estos mercados está permitiendo dar salida a unos productos que difícilmente tendrían acomodo en un mercado interior con una demanda nacional fuertemente contraída por la crisis. De esta forma, las exportaciones murcianas de frutas y hortalizas suponen el 74% de la producción, teniendo como destino, el 63,1% de las cantidades, los mencionados mercados.

Estos datos ponen de relieve que, a pesar de las consecuencias negativas de la crisis, el sector hortofrutícola murciano mantiene su capacidad para competir en los mercados internacionales y, por ende, para generar riqueza y empleo, tanto de forma directa como indirecta, a través de la fuerte interdependencia que mantiene con otros sectores (industria alimentaria y múltiples empresas de suministro de inputs y servicios).

Precisamente estas propiedades son las que otorgan al sector agrario murciano un marcado carácter estratégico, y la capacidad para amortiguar los devastadores efectos de la crisis sobre la economía regional.

La alta dependencia del sector de los vaivenes del mercado, y especialmente de los precios, hace que las empresas se vean obligadas para mejorar su competitividad, de un lado, a reducir sus costes de producción y, de otro, a incrementar su productividad y el valor de sus productos al objeto de diferenciarlos y aislarlos del simple juego de la oferta y la demanda. Para ello, las empresas hortofrutícolas murcianas, además de ofertar productos seguros y de calidad, requisito imprescindible para acceder a los mercados, deberán combinar adecuadamente decisiones con resultados en el corto plazo, con otras de marcado carácter estratégico y resultados en el medio y largo plazo.

Entre estas decisiones siguen siendo válidas las relacionadas con la formación y la profesionalización del capital humano (en nuevas técnicas de cultivo, gestión de empresas, marketing, etc.), la innovación (nuevas variedades, técnicas de producción y presentaciones) y la adopción de tecnologías (de la información, energéticas, de regadío, etc.). Sin embargo, debido a su reducido tamaño, la mayoría de las empresas hortofrutícolas murcianas no pueden implementar estas decisiones de forma individual. Por ello, resulta imprescindible que no demoren emprender acciones de cooperación entre las que figuran la suscripción de acuerdos de colaboración o la incorporación a cooperativas de primer y segundo grado, consorcios o alianzas estratégicas.

Todas estas decisiones ayudarán a las empresas a incrementar su productividad, reducir sus costes de producción y evitar solapamientos con las producciones de sus principales competidores. Asimismo, les permitirán ofrecer a sus principales clientes, las grandes cadenas de distribución, los productos con las características (calidad, trazabilidad, seguridad alimentaria, respeto al medioambiente y de las condiciones de trabajo, presentación, servicios añadidos, etc.) y la regularidad que demandan, a la vez que contrarrestan su elevado poder de negociación.

Ante el consenso que, prolongado en el tiempo, parece existir entre los diferentes agentes del sector en la bondad y la necesidad de profundizar en estas decisiones, sólo queda pasar a la acción llevándolas a la práctica, determinación que depende, fundamentalmente, de la voluntad, esfuerzo e imaginación de estos agentes. A ello puede contribuir el establecimiento de prioridades en cuanto a las decisiones a imple-

mentar, centrando inicialmente los esfuerzos en un número reducido de las más importantes, y estableciendo indicadores claros que permitan verificar los avances logrados.

Por último, corresponde a la Administración adoptar las medidas dirigidas a evitar o, al menos, atenuar, las incertidumbres relativas a la actividad agraria, y al acceso de las empresas a los mercados de los factores productivos y de venta de sus productos. Para ello, se deberán establecer mecanismos eficaces para compensar daños motivados por causas que escapan al control de las empresas. La finalidad es que los empresarios agrarios murcianos puedan competir en igualdad de condiciones que los de otros países para lograr un precio justo por la compra de los factores productivos y la venta de sus productos. Sólo así podrán obtener por la actividad agraria que desempeñan la renta suficiente para seguir invirtiendo en la modernización de sus explotaciones y, de esta forma, continuar generando empleo, riqueza y bienestar para la sociedad.

Con relación al papel que la Administración ha de jugar para resolver los problemas de fondo del sector, las organizaciones profesionales Agrarias (ASAJA, UPA, COAG) y diferentes organizaciones representativas (Cooperativas Agroalimentarias, FEPEX y FIAB) consideran insuficientes las propuestas de reforma de la PAC para el periodo 2014/2020 presentadas por la Comisión en octubre de 2011. No obstante, consideran que todavía existe margen para negociar y mejorar estas propuestas legislativas. Entre otras cuestiones, reivindican contar con: a) herramientas ágiles y con dotación suficiente para gestionar las situaciones de crisis de mercados; y b) corregir la falta de equilibrio y transparencia en la cadena de valor de los productos agrarios, donde la distribución ejerce enorme presión sobre los precios pagados a los productores.

Referencias bibliográficas y fuentes de información

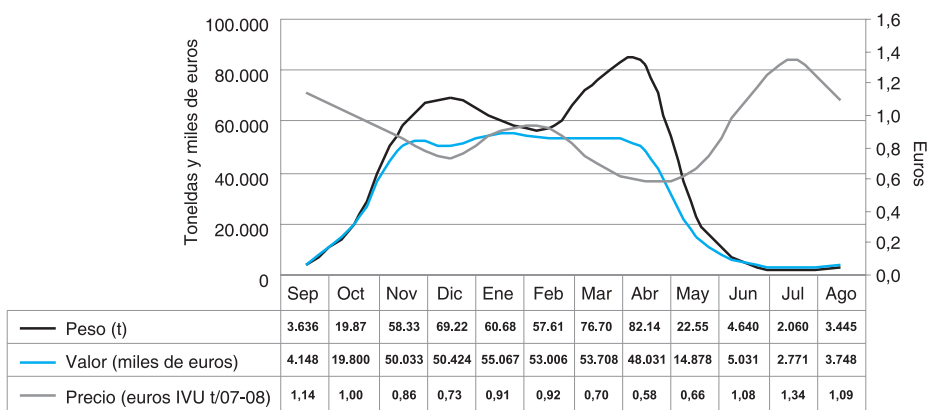
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE FERTILIZANTES (ANFFE) (2012): <http://www.anffe.com/>
- CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA (2012): <http://www.chsegura.es>
- DIRECCIÓN GENERAL DE ADUANAS (DGA): <http://aduanas.camaras.org/>
- EURIBOR (2012): <http://www.euribor.org>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2012): <http://www.ine.es/>
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIOAMBIENTE (MAGRAMA) (2012a): *Panel del Consumo Alimentario*. Disponible en <http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/panel-de-consumo-alimentario/>
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIOAMBIENTE (MAGRAMA) (2012b): *Fondos Europeos Agrícolas FEAGA y FEADER. Informe Mensual de Pagos*. Disponible en <http://www.fega.es/PwfGcp/es/>
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIOAMBIENTE (MAGRAMA) (2012c): *Precios percibidos, pagados y salarios*. Disponible en: <http://www.magrama.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-agrarias/economia/precios-percibidos-pagados-salarios/>
- MINISTERIO DE EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL (2012): *Afiliación y Alta de Trabajadores*. Disponible en http://www.seg-social.es/Internet_1/Estadistica/Est/aaa/11
- MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE (MMA) (2007): *Precios y costes de los servicios del agua en España*. Madrid.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO (2012): *Agricultura*. Disponible en http://www.wto.org/spanish/tratop_s/agric_s/agric_s.htm
- PLAN HIDROLÓGICO NACIONAL (PHN) (2001): Ley 10/2001, de 5 de julio.

- PROEXPORT (2011): *Memoria Hortofrutícola 2010-2011*.
- SERVICIO DE INFORMACIÓN AGRONÓMICA DE MURCIA (SIAM) (2012): <http://siam.imida.es/>
- SINDICATO CENTRAL DE REGANTES DEL ACUEDUCTO TAJO-SEGURA (SCRATS) (2012): <http://www.scrats.com/>

Anexo A.

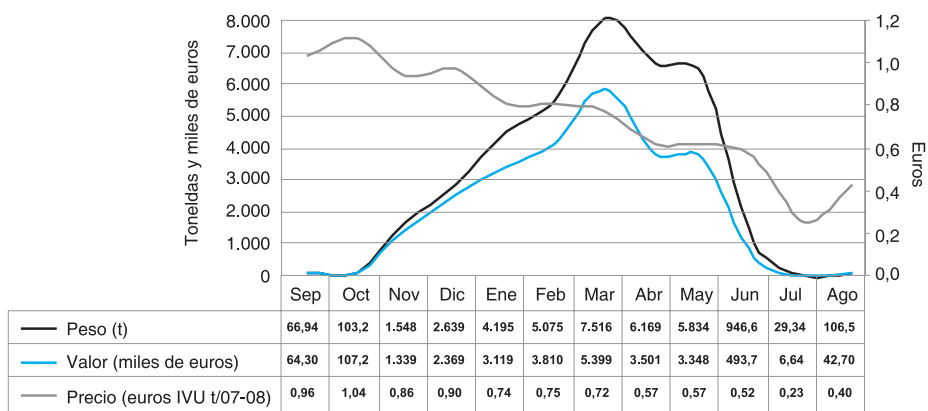
Distribución mensual de las exportaciones por productos

Gráfico A.1. Distribución de las exportaciones de lechuga por meses (2010/2011)



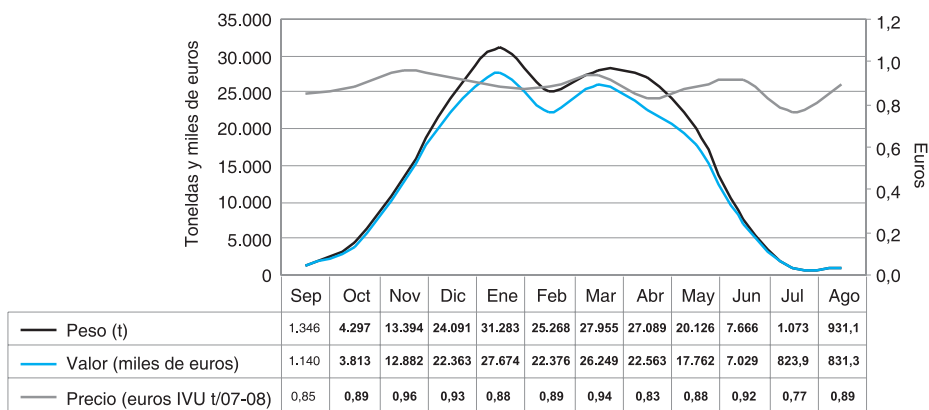
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico A.2. Distribución de las exportaciones de col por meses (2010/2011)



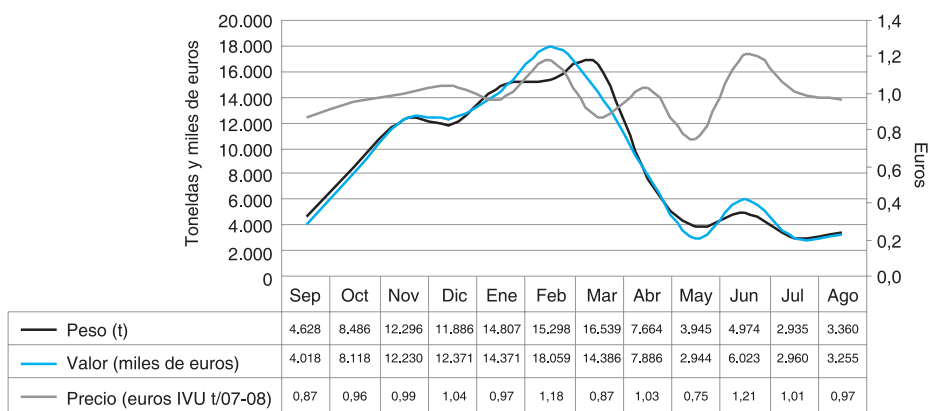
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico A.3. Distribución de las exportaciones de brócoli por meses (2010/2011)



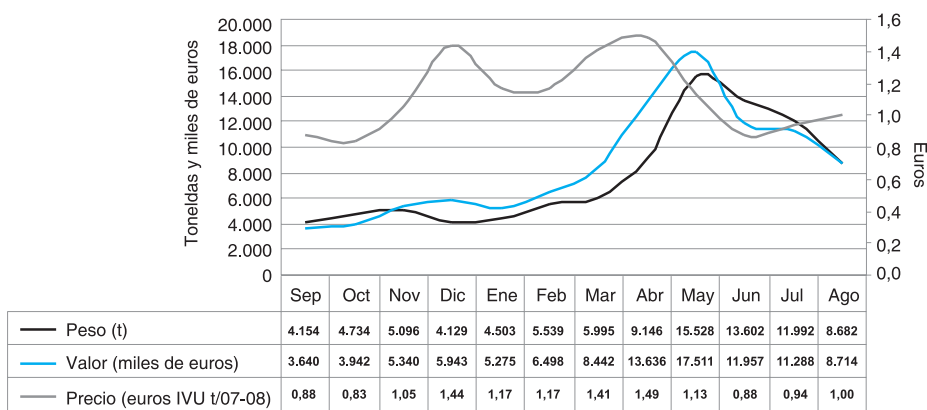
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico A.4. Distribución de las exportaciones de tomate por meses (2010/2011)



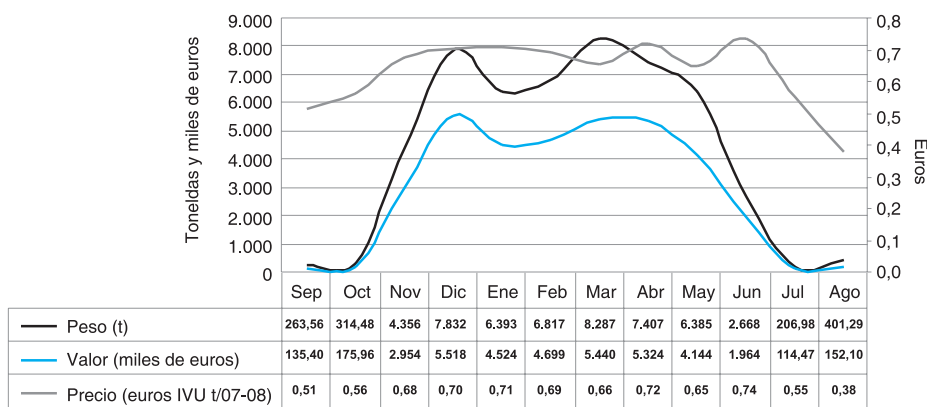
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico A.5. Distribución de las exportaciones de pimienta por meses (2010/2011)



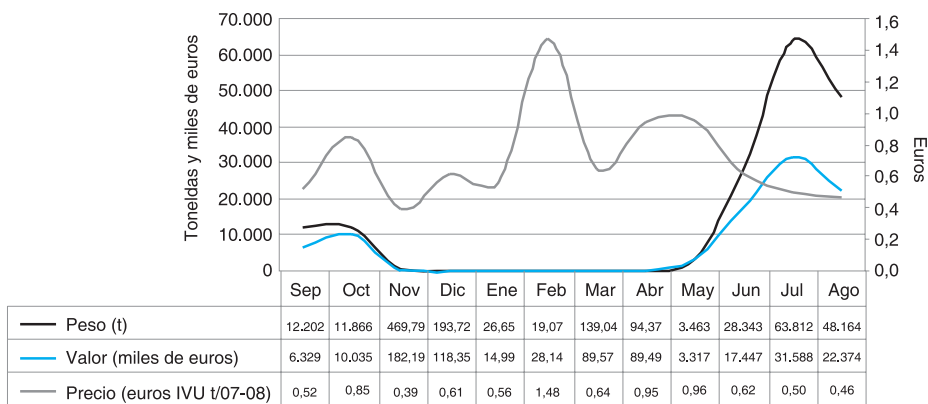
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico A.6. Distribución de las exportaciones de apio por meses (2010/2011)



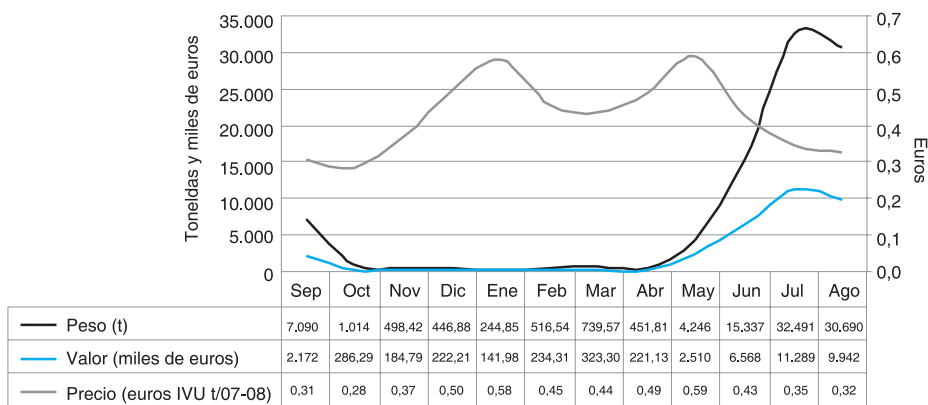
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico A.7. Distribución de las exportaciones de melón por meses (2010/2011)



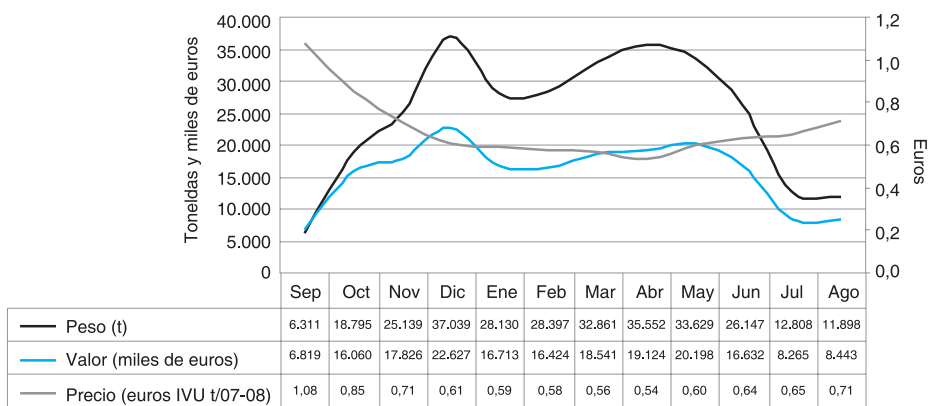
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico A.8. Distribución de las exportaciones de sandía por meses (2010/2011)



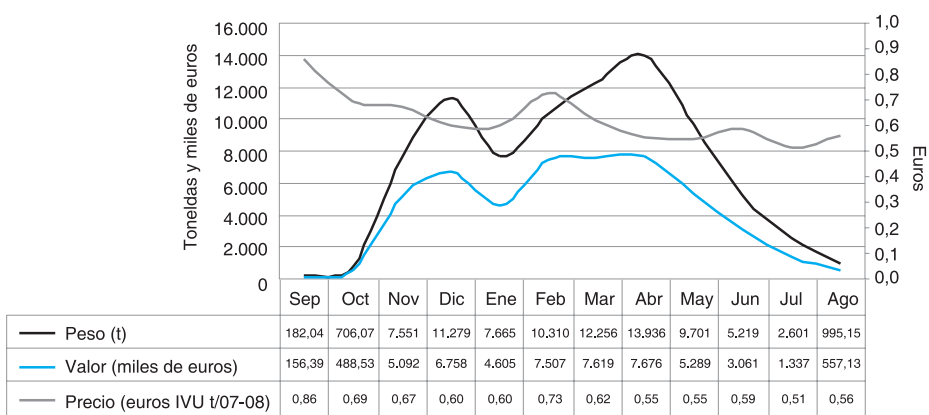
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico A.9. Distribución de las exportaciones de limón por meses (2010/2011)



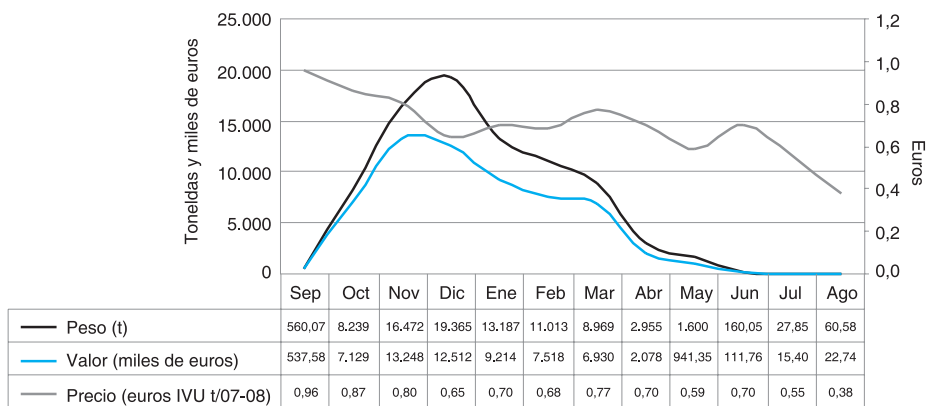
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico A.10. Distribución de las exportaciones de naranja por meses (2010/2011)



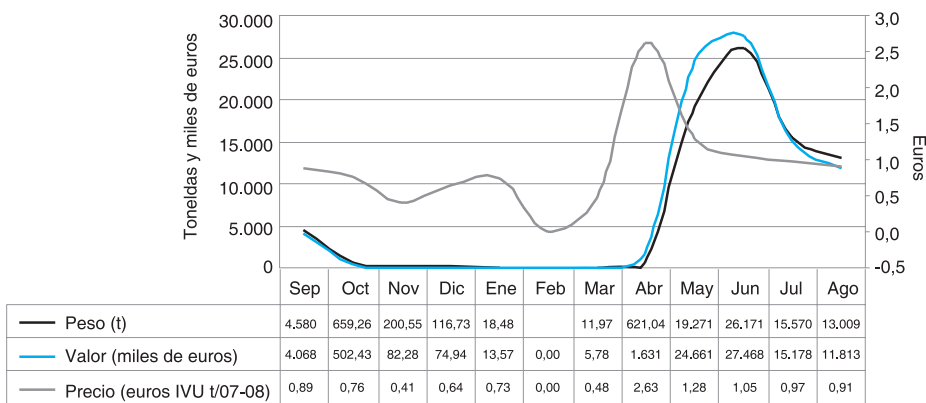
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico A.11. Distribución de las exportaciones de mandarina por meses (2010/2011)



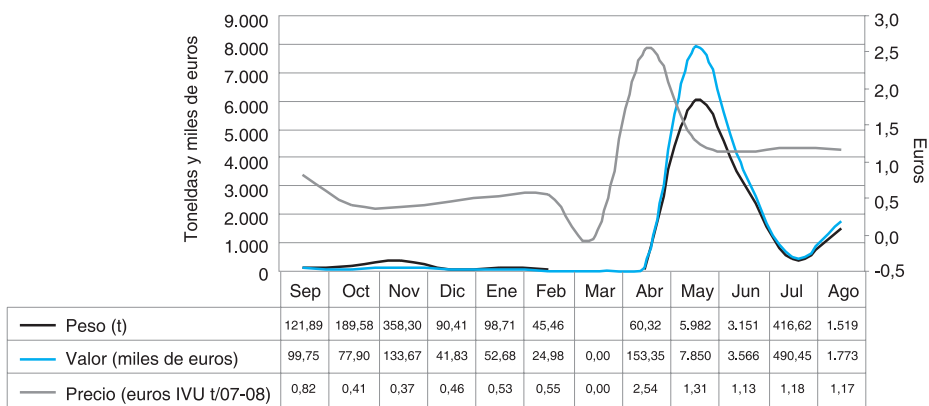
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico A.12. Distribución de las exportaciones de melocotón por meses (2010/2011)



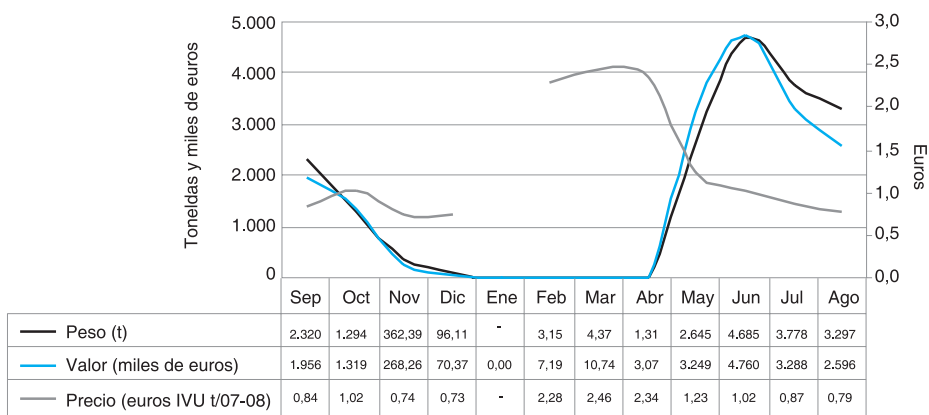
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico A.13. Distribución de las exportaciones de albaricoque por meses (2010/2011)



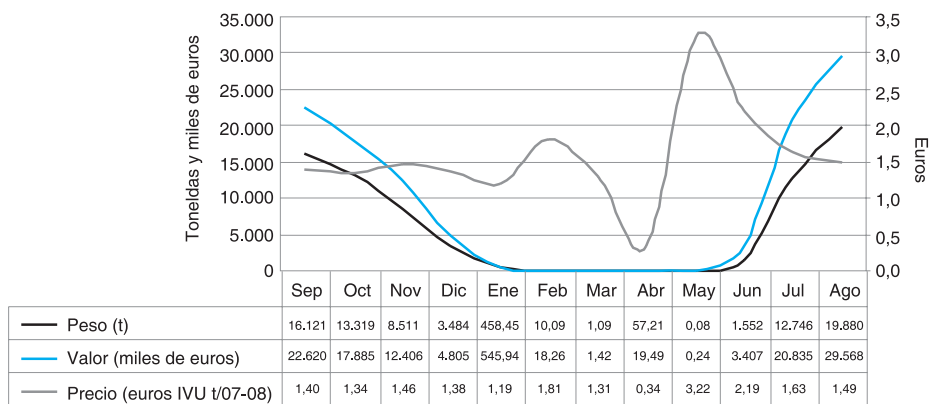
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico A.14. Distribución de las exportaciones de ciruela por meses (2010/2011)



Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico A.15. Distribución de las exportaciones de uva de mesa por meses (2010/2011)

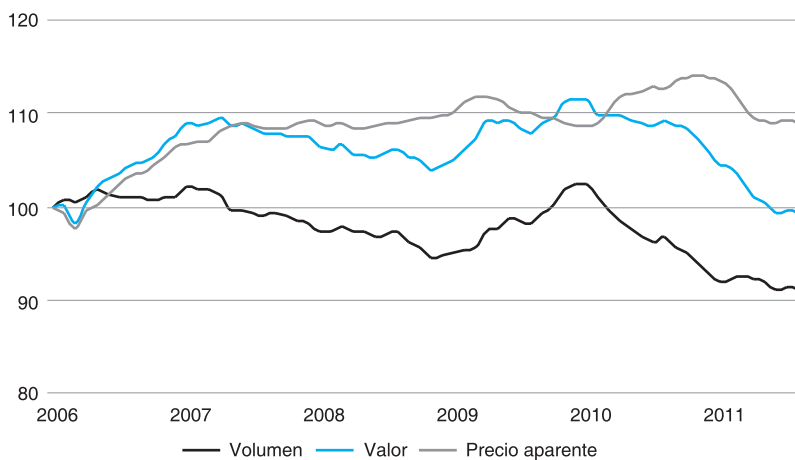


Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Anexo B.

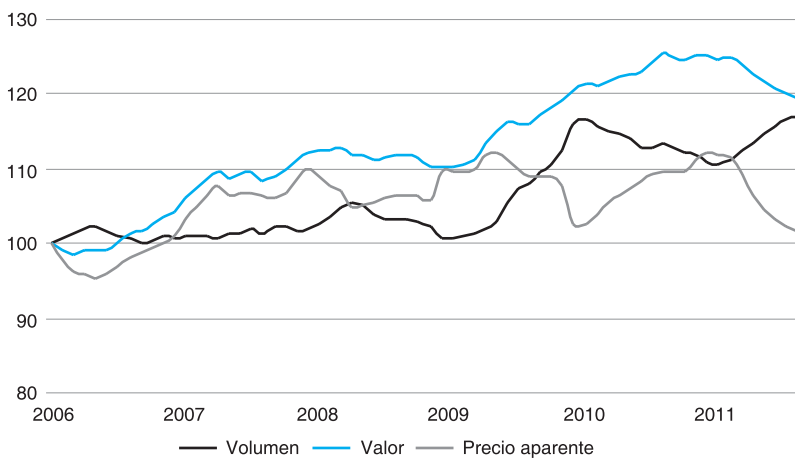
Evolución del Panel de Consumo Alimentario del MAGRAMA

Gráfico B.1. Evolución del consumo y del precio aparente de la lechuga (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100



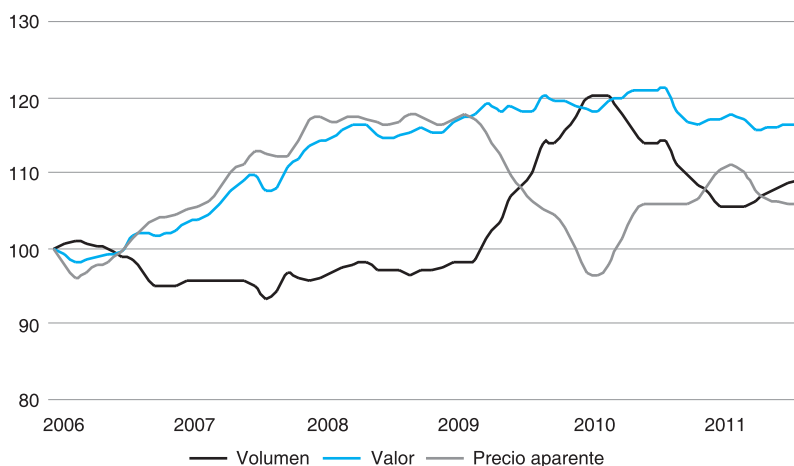
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico B.2. Evolución del consumo y del precio aparente del tomate (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100



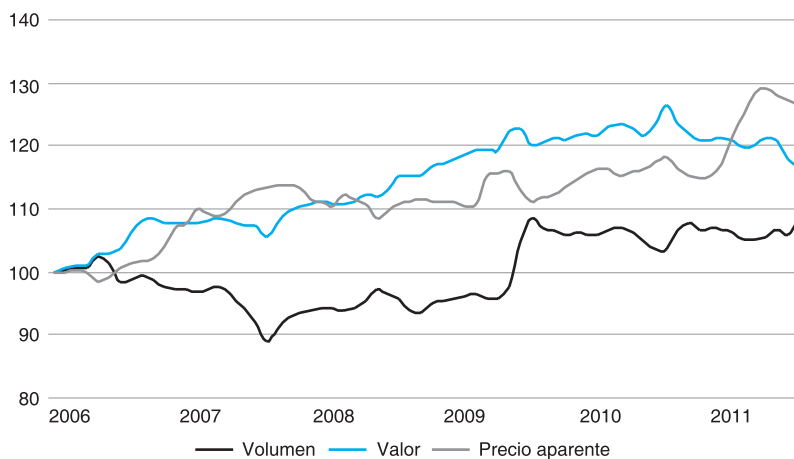
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico B.3. Evolución del consumo y del precio aparente del pimiento (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100



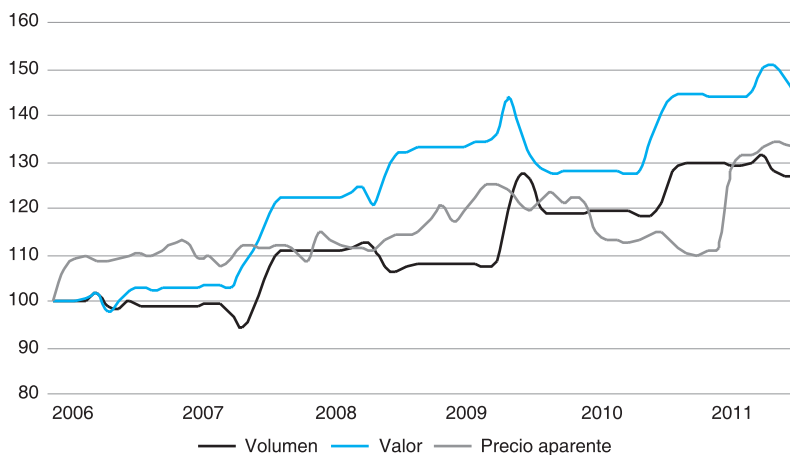
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico B.4. Evolución del consumo y del precio aparente del melón (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100



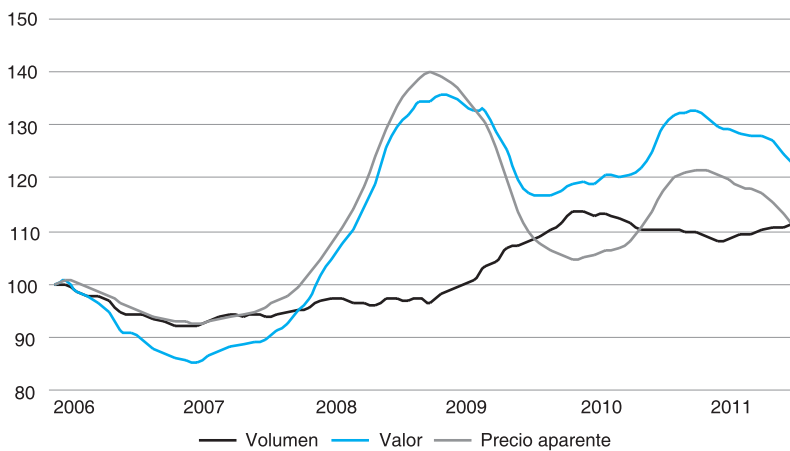
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico B.5. Evolución del consumo y del precio aparente de la sandía (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100



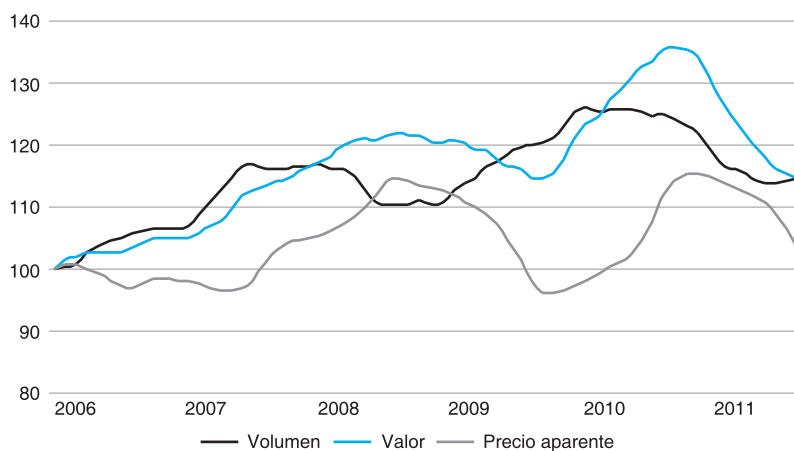
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico B.6. Evolución del consumo y del precio aparente del limón (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100



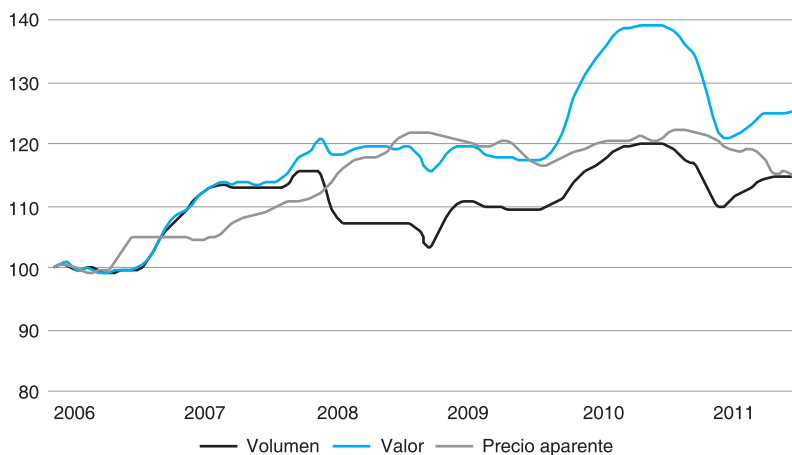
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico B.7. Evolución del consumo y del precio aparente de la naranja (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100



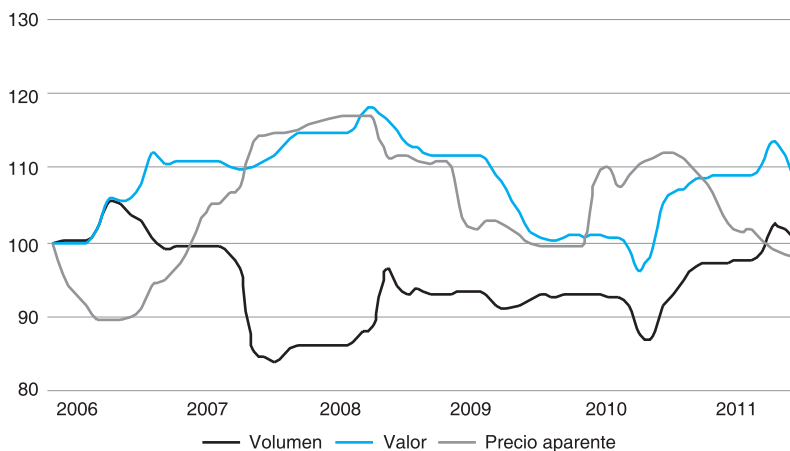
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico B.8. Evolución del consumo y del precio aparente de la mandarina (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100



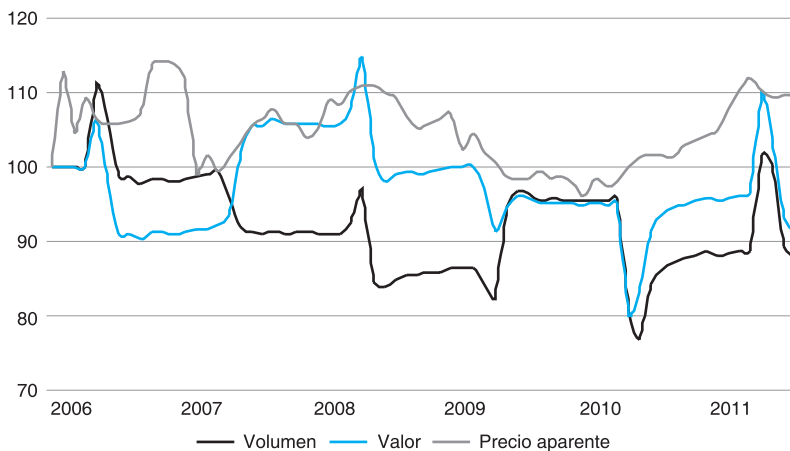
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico B.9. Evolución del consumo y del precio aparente del melocotón (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100



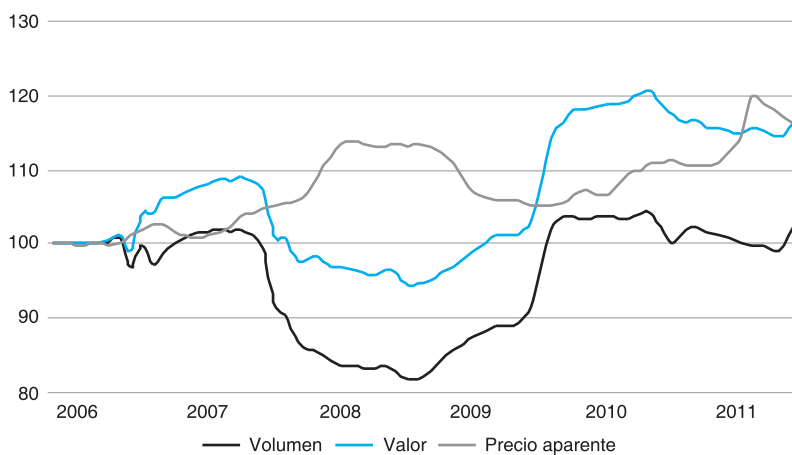
Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico B.10. Evolución del consumo y del precio aparente del albaricoque (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100



Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico B.11. Evolución del consumo y del precio aparente de uva de mesa (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100



Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Índice de tablas y gráficos

Índice de tablas

- Tabla 1. Evolución de las macromagnitudes agrarias 2011.
(4ª estimación 08/03/2012). En valores corrientes 13
- Tabla 2. Evolución del consumo de frutas y hortalizas frescas
en los hogares españoles (campana 2011/2012). En porcentaje ... 23
- Tabla 3. Distribución de los pagos totales
con fondos FEAGA (2011). En miles de euros 35
- Tabla 4. Distribución de los pagos totales
con fondos FEADER (2011). En miles de euros..... 36
- Tabla 5. Evolución del número de trabajadores
por cuenta ajena afiliados al Régimen Especial Agrario
de la Seguridad Social a 31 de diciembre (2007-2011) 47
- Tabla 6. Evolución de la superficie por tipo de cultivo
(2006-2011). En hectáreas 64
- Tabla 7. Evolución de la superficie de los principales cultivos
hortícolas (2006/2011). En hectáreas 65
- Tabla 8. Evolución de la superficie de los principales cultivos
frutícolas (2006-2011). En hectáreas 65
- Tabla 9. Evolución de los ingresos para las principales
hortalizas y frutas. Valores corrientes en euros y cantidades
en toneladas (datos provisionales) 73
- Tabla 10. Evolución de los ingresos para las principales
hortalizas y frutas. Valores corrientes en euros y cantidades
en toneladas 74

- Tabla 11. Evolución de las exportaciones por productos.
En toneladas 79
- Tabla 12. Evolución de las exportaciones por productos.
En miles de euros constantes (campaña base 2007/2008) 81
- Tabla 13. Evolución de las exportaciones de hortalizas
por meses (2008-2011). En toneladas 82
- Tabla 14. Evolución de las exportaciones de hortalizas
por meses (2008-2011). En miles de euros constantes
(campaña base 2007/2008) 83
- Tabla 15. Evolución de las exportaciones de frutas por meses
(2008-2011). En toneladas 84
- Tabla 16. Evolución de las exportaciones de frutas por meses.
(2008-2011). En miles de euros constantes
(campaña base 2007/2008) 85
- Tabla 17. Evolución de las exportaciones de hortalizas
por destino (2008-2011). En toneladas 87
- Tabla 18. Evolución de las exportaciones de hortalizas
por destino (2008-2011). En miles de euros constantes
(campaña base 2007/2008) 88
- Tabla 19. Evolución de las exportaciones de frutas por destino.
(2008-2011). En toneladas 91
- Tabla 20. Evolución de las exportaciones de frutas por destino.
En miles de euros constantes (campaña base 2007/2008) 93
- Tabla 21. Exportaciones de tomate de nuestros principales
competidores 96
- Tabla 22. Exportaciones de pimiento de nuestros principales
competidores 98

- Tabla 23. Exportaciones de col de nuestros principales competidores 99
- Tabla 24. Exportaciones de brócoli de nuestros principales competidores 101
- Tabla 25. Exportaciones de apio de nuestros principales competidores 102
- Tabla 26. Exportaciones de alcachofa de nuestros principales competidores 104
- Tabla 27. Exportaciones de lechuga de nuestros principales competidores 105
- Tabla 28. Exportaciones de limón de nuestros principales competidores 107
- Tabla 29. Exportaciones de naranja de nuestros principales competidores 109
- Tabla 30. Exportaciones de mandarina de nuestros principales competidores 112
- Tabla 31. Exportaciones de albaricoque de nuestros principales competidores 113
- Tabla 32. Exportaciones de melocotón de nuestros principales competidores 115
- Tabla 33. Exportaciones de ciruela de nuestros principales competidores 117
- Tabla 34. Exportaciones de melón de nuestros principales competidores 118
- Tabla 35. Exportaciones de sandía de nuestros principales competidores 120

- Tabla 36. Exportaciones de uva de mesa de nuestros principales competidores 122
- Tabla 37. Importaciones y exportaciones de frutas y hortalizas en la campaña 2010/2011. En toneladas 124

Índice de gráficos

- Gráfico 1. Temperaturas medias. En °C 16
- Gráfico 2. Precipitaciones medias. En mm 17
- Gráfico 3. ET0 según Penman Monteith-FAO. En mm..... 18
- Gráfico 4. Evolución del consumo de frutas y hortalizas frescas en los hogares españoles en cantidad (2006-2011). Índice media de 2006=100 24
- Gráfico 5. Evolución del consumo de frutas y hortalizas frescas en los hogares españoles en valor (2006-2011). Índice media de 2006=100 25
- Gráfico 6. Evolución de los precios aparentes pagados de frutas y hortalizas frescas consumidas por los hogares españoles (2006-2011). Índice media de 2006=100..... 26
- Gráfico 7. Evolución de la superficie hortofrutícola de producción integrada en la Región de Murcia. En hectáreas 42
- Gráfico 8. Evolución de la superficie hortofrutícola de agricultura ecológica en la Región de Murcia (2008-2011). En hectáreas 43
- Gráfico 9. Evolución de los trabajadores extranjeros afiliados al Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social a 31 de diciembre, en función de la nacionalidad..... 48

- Gráfico 10. Evolución de los índices mensuales de los precios pagados por los agricultores por protección fitopatológica (año base 2005 = 100)..... 49
- Gráfico 11. Evolución de los índices mensuales de los precios pagados por los agricultores por los fertilizantes (2008-2011) (año base 2005 = 100)..... 50
- Gráfico 12. Índices mensuales de precios pagados por los agricultores por los fertilizantes en la campaña 2010-2011 según el tipo de fertilizante (año base 2005 = 100) 51
- Gráfico 13. Evolución de los precios pagados por los agricultores por los principales abonos. En euros por cada 100kg, s/IVA) 51
- Gráfico 14. Existencias de la cuenca del Segura según el origen del agua (aguas propias de la Cuenca y del Trasvase) en las últimas cinco campañas. En hm³ 53
- Gráfico 15. Evolución de los volúmenes de agua trasvasados desde el río Tajo en función del destino de su uso. En hm³ 54
- Gráfico 16. Evolución de los índices mensuales de precios pagados por los agricultores por la energía y el transporte (2008-2011). Año base 2006=100 56
- Gráfico 17. Evolución del valor del Euribor. En porcentaje 57
- Gráfico 18. Evolución del índice de precios mensuales pagados por los agricultores por las semillas (2008-2011). Año base 2005=100)..... 59
- Gráfico 19. Evolución del índice de precios mensuales pagados por los agricultores por los plantones (2008-2011). Año base 2005=100..... 60

- Gráfico 20. Evolución del índice de precios mensuales pagados por los agricultores por la conservación y reparación de maquinaria (2007-2011). Año base 2005=100..... 61
- Gráfico 21. Evolución del índice de precios mensuales pagados por los agricultores por la conservación y reparación de edificios (2008-2011). Año base 2005=100 61
- Gráfico 22. Evolución del riego localizado (1997-2011). En hectáreas 63
- Gráfico 23. Volumen de producción de las principales hortalizas en la campaña 2010/2011. En toneladas y porcentaje (datos provisionales) 67
- Gráfico 24. Evolución de la producción de las principales hortalizas. En porcentaje 68
- Gráfico 25. Volumen de producción de las principales frutas en la campaña 2010/2011. En toneladas y porcentaje (datos provisionales) 69
- Gráfico 26. Evolución de la producción de las principales frutas. En porcentaje 70
- Gráfico 27. Evolución de los precios de las principales hortalizas. En euros 71
- Gráfico 28. Evolución de los precios de las principales hortalizas. En euros 72
- Gráfico 29. Variación de los ingresos, cantidades y precios para las principales hortalizas y frutas en la campaña 2010/2011 respecto a la de 2009/2010. En porcentaje 75

- Gráfico 30: Variación de los ingresos, cantidades y precios para las principales hortalizas y frutas en la campaña 2010/2011 respecto a la media de las campañas 2005/2006-2009/2010. En porcentaje..... 77
- Gráfico 31. Concentración de las importaciones y exportaciones de tomate. En porcentaje..... 125
- Gráfico 32. Concentración de las importaciones y exportaciones de pimiento. En porcentaje 126
- Gráfico 33. Concentración de las importaciones y exportaciones de limón. En porcentaje 127
- Gráfico 34. Concentración de las importaciones y exportaciones de naranja. En porcentaje 128
- Gráfico A.1. Distribución de las exportaciones de lechuga por meses (2010/2011)..... 138
- Gráfico A.2. Distribución de las exportaciones de col por meses (2010/2011)..... 138
- Gráfico A.3. Distribución de las exportaciones de brócoli por meses (2010/2011)..... 139
- Gráfico A.4. Distribución de las exportaciones de tomate por meses (2010/2011)..... 139
- Gráfico A.5. Distribución de las exportaciones de pimiento por meses (2010/2011)..... 140
- Gráfico A.6. Distribución de las exportaciones de apio por meses (2010/2011)..... 140
- Gráfico A.7. Distribución de las exportaciones de melón por meses (2010/2011)..... 141

- Gráfico A.8. Distribución de las exportaciones de sandía por meses (2010/2011) 141
- Gráfico A.9. Distribución de las exportaciones de limón por meses (2010/2011) 142
- Gráfico A.10. Distribución de las exportaciones de naranja por meses (2010/2011) 142
- Gráfico A.11. Distribución de las exportaciones de mandarina por meses (2010/2011) 143
- Gráfico A.12. Distribución de las exportaciones de melocotón por meses (2010/2011) 143
- Gráfico A.13. Distribución de las exportaciones de albaricoque por meses (2010/2011) 144
- Gráfico A.14. Distribución de las exportaciones de ciruela por meses (2010/2011) 144
- Gráfico A.15. Distribución de las exportaciones de uva de mesa por meses (2010/2011) 145
- Gráfico B.1. Evolución del consumo y del precio aparente de la lechuga (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100 146
- Gráfico B.2. Evolución del consumo y del precio aparente del tomate (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100 146
- Gráfico B.3. Evolución del consumo y del precio aparente del pimiento (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100 147

- Gráfico B.4. Evolución del consumo y del precio aparente del melón (media móvil de 12 meses).
Índice enero 2006=100 147
- Gráfico B.5. Evolución del consumo y del precio aparente de la sandía (media móvil de 12 meses).
Índice enero 2006=100 148
- Gráfico B.6. Evolución del consumo y del precio aparente del limón (media móvil de 12 meses).
Índice enero 2006=100 148
- Gráfico B.7. Evolución del consumo y del precio aparente de la naranja (media móvil de 12 meses).
Índice enero 2006=100 149
- Gráfico B.8. Evolución del consumo y del precio aparente de la mandarina (media móvil de 12 meses).
Índice enero 2006=100 149
- Gráfico B.9. Evolución del consumo y del precio aparente del melocotón (media móvil de 12 meses).
Índice enero 2006=100 150
- Gráfico B.10. Evolución del consumo y del precio aparente del albaricoque (media móvil de 12 meses).
Índice enero 2006=100 150
- Gráfico B.11. Evolución del consumo y del precio aparente de la uva de mesa (media móvil de 12 meses).
Índice enero 2006=100 151