



Informes y **Monografías** / 28

Análisis de la campaña hortofrutícola de Huelva

Campaña 2009/2010

Análisis de la campaña hortofrutícola de Huelva
Campaña 2009/2010

Redacción:**Adesva**

Alfredo López Carretero
Magdalena Torres Vilchez

Fundación Cajamar

Ana Cabrera Sánchez
David Uclés Aguilera

Edita:

Fundación Cajamar
Paseo de Almería, 25 - 04001 Almería
www.fundacioncajamar.com

Diseño y maquetación:

Beatriz Martínez Belmonte

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

Depósito Legal: AL - xxxx - 2010

Fecha de publicación: Noviembre 2010

Índice

1. Presentación.....	5
2. Principales conclusiones	7
2.1. Entorno internacional.....	7
2.2. Contexto provincial	9
2.3. Principales magnitudes de la campaña.....	11
2.4. Perspectivas de futuro	15
3. Incidencias de la campaña	18
3.1. Condiciones climáticas	18
3.2. Presencia de plagas y enfermedades	21
3.3. Normas de calidad.....	21
4. Factores determinantes de la estructura de costes.....	23
4.1. Resumen de la estructura de costes	23
4.2. Mano de obra	26
4.3. Plantones.....	28
4.4. Agua	29
4.5. Fertilizantes	30

4.6. Productos fitosanitarios	30
4.7. Plásticos	31
4.8. Energía y transporte	31
4.9. Costes financieros	32
5. Factores determinantes de los ingresos.....	33
5.1. Evolución de la superficie	33
5.2. Evolución de la producción.....	35
5.3. Evolución de los precios.....	37
5.4. Evolución de la demanda	39
6. Comercio exterior	44
6.1. Evolución de las exportaciones	44
6.1.1. Análisis por productos.....	44
6.1.2. Análisis por meses	46
6.1.3. Análisis por destino	48
6.2. Principales competidores	53
6.3. Evolución de las importaciones	59
7. Anexos.....	62
7.1. Evolución de precios medios semanales	62
7.2. Distribución mensual de la exportación	65
7.3. Metodología del cálculo de costes de cultivo	66
7.3.1. Fresa	66
7.3.2. Cítricos.....	71

1. Presentación

Cajamar Caja Rural y la Fundación que lleva su nombre han actuado desde siempre en el ámbito agrario. Su filosofía ha sido devolver en forma de mejores servicios financieros (la primera) y conocimientos (la segunda) a éste todo lo que la entidad ha obtenido, tal y como corresponde al espíritu cooperativo. En este sentido, la Fundación Cajamar cuenta con un importante bagaje tanto de investigación como de publicaciones relacionadas con el sector agroalimentario. Los orígenes de la misma están en la creación en 1975 de una red de estaciones agronómicas y en 1998 del Instituto de Estudios Socioeconómicos, que se fundieron en una sola institución con el nacimiento de la Fundación en 2006. El crecimiento de la entidad matriz ha ido llevando la enseña de Cajamar hacia cada vez más territorios, pero siempre manteniendo una relación muy especial con el sector agroalimentario. El reto actual de la Fundación, por tanto, es siendo fieles a nuestros principios fundacionales, devolver a la sociedad (y a la agroalimentación en particular) parte de lo que ésta nos aporta.

El caso de Huelva es similar a las de otras provincias del litoral como Murcia y Almería, pero con una especialización singular en determinadas frutas. Partiendo del ámbito de las frutas y hortalizas cultivadas con la protección del plástico, se ha desarrollado un *cluster* de empresas que intentan completar todas las necesidades del proceso productivo, tanto en el ámbito de la producción como en el de la comercialización, incorporando la industria auxiliar servicios específicos para todo el conglomerado.

Para los investigadores de la Fundación, Huelva era hasta ahora un terreno relativamente desconocido. Por ello se precisaba de la colaboración de algún agente local. Este papel lo ha cumplido a la perfección Adesva. Este Centro Tecnológico está calificado y registrado en la orden de agentes del conocimiento de la Consejería de Economía e Innovación de la Junta de Andalucía. Adesva realiza proyectos y servicios para mejorar la competitividad de las empresas del sector agroindustrial. Para esta entidad sin ánimo de lucro es fundamental conocer la rentabilidad de sus clientes y empresas tractoras del sector, tanto para identificar oportunidades de mejora, como para priorizar proyectos en cuanto al impacto económico de los mismos sobre el tejido productivo del *cluster* onubense.

Éstas son, en suma, las razones que han llevado a la elaboración y publicación del presente trabajo. Este informe se centra en el análisis del cultivo de la fresa, la naranja y la mandarina por tratarse de las especies con mayor relevancia económica para la provincia, así como por su vocación claramente exportadora. También se analiza en estas páginas el comercio exterior del resto de frutos rojos, dado que son cultivos en auge y presentan una buena acogida y cotización en los mercados exteriores.

La intención del equipo redactor es actualizar los datos y mostrar cada año al sector los resultados obtenidos. No obstante, debe aclararse que la mayor parte de los datos son estimaciones propias obtenidas a partir de informes oficiales, conversaciones con los agentes locales y algunos compradores. Por tanto, no es tan importante la cifra en sí como las tendencias que se detecten, ya que la película suele informar más que la mera sucesión de fotografías.

La idea que subyace es que la toma de decisiones eficientes debe estar basada en una información veraz y actual. Este *Análisis de la campaña hortofrutícola* quiere convertirse en una herramienta útil y eficaz para este campo. También pretende ser una publicación viva, y que vaya cambiando en la misma dirección que lo haga el propio sector, para lo que es imprescindible un diálogo continuo entre los investigadores, los agricultores-empresarios y el resto de la agroindustria de la zona.

2. Principales conclusiones

2.1. Entorno internacional

Un auténtico temporal ha barrido el sistema financiero mundial en los dos últimos años; un vendaval que ha dejado al sistema bancario de la mayoría de los países desarrollados necesitados de capital; una lluvia espesa que ha mojado y diluido el valor de los activos; una tormenta, en suma, que ha dejado en entredicho el poder de los mercados para autorregularse y ha puesto también en solfa la confianza depositada en el sistema por parte de los agentes y de los Estados.

Al haber sido el propio sistema financiero el origen de la perturbación, sus consecuencias se han trasladado hasta el último rincón de las economías desarrolladas y ampliamente bancarizadas, primero sufriendo los efectos de un colapso del crédito y luego teniendo que digerir los costes derivados de algunas *fiestas* nacionales, tales como la del inmobiliario en Reino Unido, Estados Unidos o la propia España.

La economía real, en consecuencia, ésa en la que se incluye el día a día de la agricultura, se ha visto claramente afectada en una doble vía: por un lado, el recorte de crédito general y, por otro, la propia debilidad de la demanda mundial, al menos en su vertiente más desarrollada y de mayor poder adquisitivo. Sin embargo, aún cuando los niveles de consumo de los europeos y norteamericanos se han visto reducidos durante esta crisis, no deja de ser cierto que en el lado de los emergentes la situación ha sido netamente mejor: se han recuperado antes y con mayor intensidad. La coyuntura actual, por tanto, nos muestra a dos grupos de países claramente diferenciados: por un lado, los emergentes y en desarrollo, que crecen muy deprisa y, por otra parte, los países desarrollados, inmersos en procesos de recuperación más débiles y frágiles.

En el frente de las frutas y hortalizas, la aprobación del nuevo acuerdo con Marruecos por parte de la Unión Europea y el inicio de nuevas conversaciones con el MERCOSUR¹ dibujan un panorama de aumento de la presión competitiva en el corto y medio plazo. Tanto en un caso como en el otro, el objetivo incluye la mejora de la accesibilidad de sus producciones agrarias hacia la Unión. En este sentido, la agricultura de toda Europa se verá obligada a exponerse más aún a los mercados mundiales. Esta tendencia, que es

¹ El MERCOSUR (Mercado Común del Sur) es una organización que pretende crear un Mercado Único en América del Sur. Actualmente está compuesto por Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay. Venezuela y Bolivia están en trámites de incorporación. Chile, Colombia, Ecuador y Perú no son miembros, pero pertenecen como estados asociados.

general, y que se enmarca dentro del proceso de globalización económica –en el que nos encontramos inmersos desde el final de la Segunda Guerra Mundial–, encuentra pocos obstáculos a su paso. El grado de interrelación alcanzado por las economías mundiales y el elevado nivel de *digitalización*² al que se ha llegado en los procesos productivos permiten que los bienes manufacturados se muevan a lo largo y ancho del mundo sin apenas restricciones y que la información viaje prácticamente en tiempo real. En este sentido, a menos que la actual crisis socave la creencia en la bondad de la liberalización de mercados, lo único que cabe esperar a corto plazo es una evolución creciente de la competencia internacional. En el caso de la fresa y los cítricos es fácilmente entendible que el principal competidor será Marruecos, ya que tiene unas relaciones privilegiadas con Europa y su cercanía y bajos costes de producción le hacen ser muy competitivo en los mercados continentales. Pero en el medio plazo, Brasil para cítricos o Turquía para hortalizas pueden llegar a convertirse en grandes competidores de las producciones nacionales y provinciales.

En este ámbito es en el que el sector agroalimentario ha tenido que vivir en los dos últimos años. A las fluctuaciones típicas de la climatología y a las presiones propias del mercado (con una influencia creciente de la gran distribución minorista sobre los márgenes del resto de la cadena), se ha sumado una mayor debilidad de la demanda y el recorte del acceso al crédito.

Se suele afirmar, no sin razón, que el sector agrario es el más estable de todos, de forma que los períodos de crisis le afectan menos (los consumidores no dejan de comer), aunque en las épocas de bonanza tampoco su demanda crece como la de los bienes de lujo. Sin embargo, ésta ha sido la primera crisis de carácter realmente global que se ha vivido y también ha sido la primera en la que la distribución minorista actuaba como protagonista principal de la cadena de suministros. Y este protagonismo de la gran distribución, como se comenta más adelante, ha implicado para el conjunto de la cadena alimentaria importantes consecuencias. Dado que la demanda de alimentos es más estable, la denominada cesta de la compra básica se ha convertido en el principal argumento de ventas de las grandes cadenas. El recorte del precio de esta cesta (compuesta mayoritariamente por alimentos) se ha utilizado para reactivar el consumo de las familias y como herramienta de competencia. El enorme poder que han acumulado estas empresas (derivado principalmente de su tamaño y capacidad de compra) les

² Nos referimos con esta expresión al creciente número de actividades que pueden ser desarrolladas a través de los sistemas de comunicación (particularmente Internet) y para las que, por tanto, la ubicación geográfica resulta indiferente.

permite presionar sobre los márgenes de todos los agentes, siendo los productores uno de los elementos más débiles de la cadena, con unos costes de sustitución desgraciadamente muy bajos.

En resumen, el panorama que se dibuja para la agricultura europea en general y para la de Huelva, en particular, es claro: más competencia y más presión sobre sus márgenes desde los elementos superiores de la cadena de distribución. Las estrategias pueden ser muy variadas y dependerán de muchos factores: capacidad de inversión y financiación, aversión al riesgo de los propios agricultores, instituciones y funcionamiento de las mismas, grado de cohesión e implicación social, etc. Pero los resultados a perseguir se antojan bastante claros. En primer lugar, hay que lograr una mejora de la productividad de las explotaciones, lo que puede pasar por inversiones en nuevas estructuras, por modificaciones en el manejo y las variedades, o por el aumento de la dimensión media de la explotación buscando economías de escala. Y, en segundo lugar, hay que procurar un alivio de esta tensión impuesta desde arriba, bien logrando acuerdos con la propia gran distribución, complementando la gama y el calendario de ventas comercializando otros productos y desde otros orígenes, concentrando cooperativas que busquen ganancias de eficiencia, o creando sistemas de acceso a la información de los consumidores.

2.2. Contexto provincial

El factor que más ha marcado la campaña onubense, tanto en lo que se refiere a frutos rojos como a cítricos, fue la climatología. Las copiosas lluvias de principios de año y los vientos que las acompañaron produjeron cuantiosos daños en las explotaciones. No sólo se perdió producción o se redujo la calidad de los frutos, sino que también se vieron afectadas las propias estructuras de producción en el caso de la fresa.

En el ámbito de los frutos rojos se pueden destacar dos hitos que han protagonizado el devenir del sector durante el pasado ejercicio. De un lado, el ya mencionado efecto de las lluvias en los meses iniciales de la campaña, concentrándose la mayor parte del daño, por tanto, en las variedades extratempranas. La ausencia de las producciones onubenses en los mercados produjo una menor afluencia al canal de distribución, reflejándose esto en un menor consumo en los hogares durante los primeros meses de 2010.

Sin embargo, la estabilización de las condiciones climatológicas durante la primavera y la falta de producto en los mercados europeos favorecieron el alargamiento de la campaña hasta finales del mes de junio, aunque mayoritariamente con destino a la industria transformadora.

Otra de las cuestiones relevantes en el ámbito de los frutos rojos es la tendencia a un aumento de la gama ofrecida por los productores locales. La comentada necesidad de competitividad y adaptación a los mercados globalizados y cambiantes, parece que empuja en esta dirección. Las grandes cadenas ya no buscan sólo fresa, sino una solución completa al abastecimiento de estos frutos durante la mayor parte del año.

Finalmente, hay que comentar el episodio vivido por el sector cuando en el mes de marzo se emitieron en Francia sendos reportajes sobre el uso de fitosanitarios en el campo onubense y la explotación de trabajadores inmigrantes. Ante estos hechos, Interfresa (la interprofesional de la fresa) y la Junta de Andalucía respondieron en París contrarrestando esas informaciones y advirtiendo a la Comisión Europea de las prácticas productivas al Sur del Mediterráneo. De cara al futuro no sería descabellado pensar en mantener una campaña de imagen constante, en la que se señalen los puntos fuertes del sector y se comuniquen los avances en el mismo. A la vez, hay que intentar disminuir, en la medida de lo posible, la existencia de situaciones denunciadas por parte de los medios de comunicación u organizaciones no gubernamentales de diversa índole. Éste es un claro ejemplo de cómo unos pocos productores con malos hábitos, pueden terminar por generar un enorme daño al conjunto del sector.

Una de las cuestiones que suele saltar a la palestra cuando se habla de cooperativismo agrario en España es la de la dispersión de la oferta y la necesidad de procesos de concentración entre cooperativas, bien acudiendo a la figura de cooperativa de segundo grado, bien a través de la fusión de las mismas, o de la simple cooperación comercial. En este sentido, el sector no ha vivido a lo largo de la presente campaña ningún proceso como los descritos. No obstante, un reciente estudio galardonado con el I Premio Cátedra Cajamar de Investigación en Economía Agroalimentaria en su categoría de mejor investigación inédita³ pone de manifiesto la necesidad de que las integraciones persigan una finalidad operativa y de ganancias de eficiencia, ya que las que se han llevado a cabo hasta ahora en España buscando el incentivo de la subvención han fracasado en mayor proporción que el resto.

³ Meliá, E. y Martínez, A. (en prensa): *Caracterización y análisis del impacto y los resultados de las fusiones cooperativas en el sector agroalimentario español*. Almería, Fundación Cajamar.

Al contrario de lo que sucedió con la fresa y los otros frutos rojos, los cítricos arrancaron su campaña con muy buenas perspectivas, debido al aumento del consumo de cítricos por parte de los consumidores, que buscaban proteger su sistema inmunitario de la gripe A. Tras unos años en los que la producción nacional había sufrido severos reveses ésta era una grata novedad. Con unas previsiones de producción elevadas todo parecía que iba en la dirección correcta. Sin embargo, las cuantiosas lluvias a las que ya hemos hecho referencia perjudicaron la cosecha produciendo la caída del fruto o, en otros casos, la sobremaduración del mismo en plena cosecha, siendo las especies más afectadas la Solustiana y la Fortuna.

Por otro lado, la menor oferta provocó una subida de los precios durante los mismos meses; un incremento que, como se verá más adelante, compensó en parte los descensos de producción y se trasladó también al bolsillo del consumidor. Asimismo, los mercados de exportación también se comportaron favorablemente, posiblemente por los mismos motivos que el consumo nacional, aunque el descenso de producción limitó la oferta disponible. Es precisamente el acceso a estos mercados internacionales una de las principales preocupaciones de los productores y exportadores. El camión aporta flexibilidad pero, por otra parte, resulta más caro que el transporte marítimo. Muchos agentes piensan que de poderse montar una línea naval con Róterdam o alguno de los puertos del Atlántico Norte, mejorarían los volúmenes y los márgenes. Sin embargo, tal y como sucede en otras zonas productoras, los volúmenes requeridos por las navieras hacen de momento imposible dicha opción.

2.3. Principales magnitudes de la campaña

La campaña 2009-2010 no ha presentado grandes cambios en cuanto a la distribución de los cultivos con respecto a la precedente. Sin embargo, las condiciones climatológicas impactaron de manera desigual al principio y al final de la campaña, configurando así unos comportamientos también desiguales entre las distintas producciones.

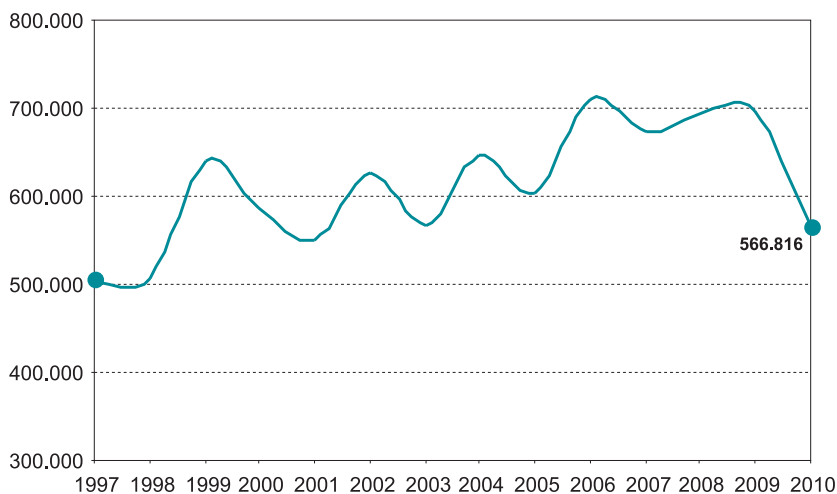
Después de alcanzar el récord de superficie dedicada a las frutas y hortalizas en la campaña precedente, en la 2009-2010 se registró un ligero recorte de la misma. Así, de las 29.287 hectáreas del año anterior se pasó a las 29.064, apenas un 0,76% menos. Este descenso se concentró básicamente en el cultivo de fresa, que descendió

un 1,52%, quedándose en 6.500 hectáreas y rompiendo con dos años de crecimientos sucesivos. El resto de cultivos apenas ha sufrido variaciones, y los principales cítricos han repetido las magnitudes de la campaña anterior: 10.549 hectáreas las naranjas y 6.181 las mandarinas.

En lo que respecta a la producción, como ya se ha mencionado, las cuantiosas lluvias entre noviembre y marzo produjeron un descenso de la fresa, así como un menoscabo de su calidad. Se estima que el conjunto de las frutas y hortalizas de la provincia sumaron en torno a 566.816 Tm, lo que supuso una reducción del 18,49%. Dado que en torno al 90% del cultivo de hortofrutícola de Huelva se centra en los cítricos y la fresa, es fácilmente deducible que la mayor parte de este descenso se debió precisamente a estos productos.

Concretamente, la fresa recolectada se redujo un 10,7%, hasta alcanzar las 225.800 toneladas, mientras que los cítricos cayeron en conjunto un 26,05%, quedando su registro de campaña en 281.208 miles de kilos. Por tanto, el conjunto de ambas producciones sufrió un recorte del 19,93%. Sobre los aforos iniciales realizados sobre los cultivos de cítricos la reducción fue mucho mayor, calculando la Asociación de Productores de Cítricos un 48% para la naranja y un 14% para la mandarina.

Gráfico 1. Evolución de la producción de frutas y hortalizas en Huelva. En toneladas

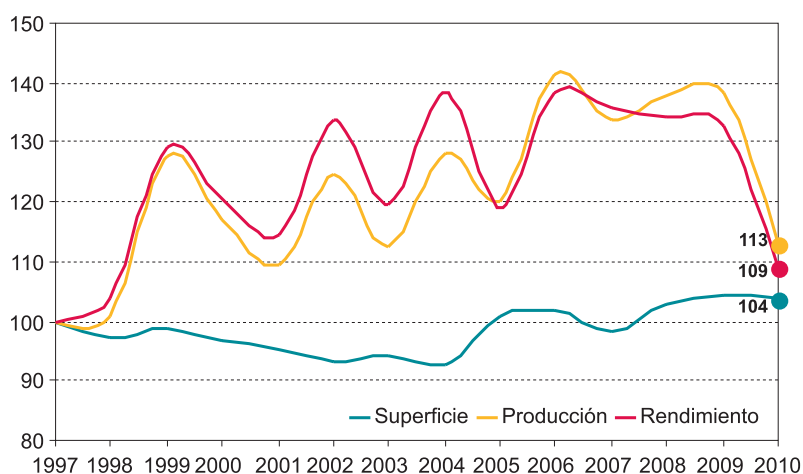


Fuente: Junta de Andalucía y estimación propia.

Con respecto al valor percibido por los agricultores, la reducción de las producciones propició unos ingresos unitarios más elevados, que desafortunadamente no fueron suficientes para compensar el descenso de la producción, aunque en el caso de los cítricos enjugó una buena parte de la pérdida de kilos. El efecto sobre el total del valor de las producciones fue de una caída del 4,23%, habiendo alcanzado la cifra de 318,63 millones de euros, por los 332,72 de la campaña precedente. Nuevamente fue la fresa el producto que mayor cuota de ingresos obtuvo con 241,6 millones, aunque con un descenso sobre la temporada anterior del 5,4%. Tal y como se ha comentado, el importante peso de la producción onubense en los mercados internacionales y el descenso de la misma al inicio de campaña propició la sensación de escasez y el aumento de las cotizaciones, aunque no en la misma medida que la reducción de la recolección.

Por su parte, los cítricos, que habían visto decaer sus cotizaciones en las campañas precedentes, vieron ahora como la tendencia se revertía y los precios aumentaban al ritmo del crecimiento de una demanda europea impulsada por los miedos a la gripe A. Así, los ingresos percibidos por el conjunto de estas producciones se estima que se redujeron tan sólo un 0,64% con respecto a doce meses antes, con 76,2 millones de euros.

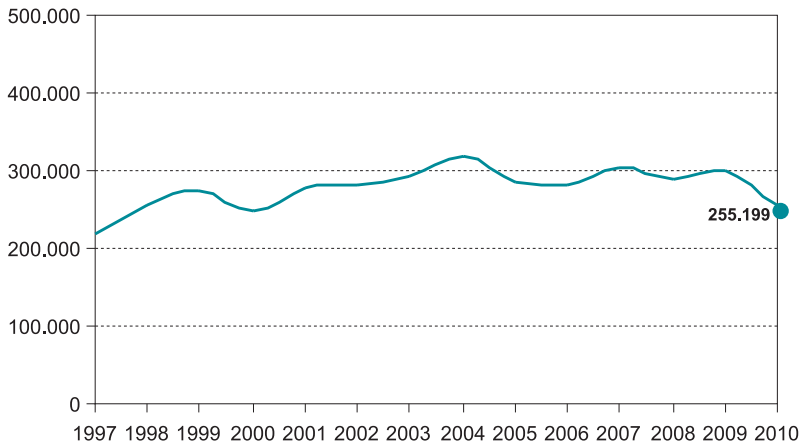
Gráfico 2. Evolución de la superficie, la producción y los rendimientos de las frutas y hortalizas en Huelva. Índice 1997=100



Fuente: Junta de Andalucía y estimación propia.

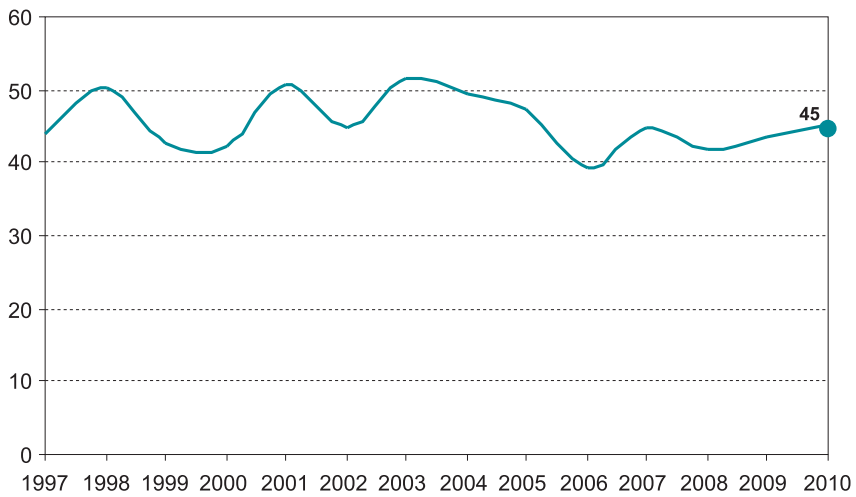


Gráfico 3. Evolución de las exportaciones hortofrutícolas de Huelva. En toneladas



Fuente: Dirección General de Aduanas.

Gráfico 4. Volumen exportado sobre el total de la producción hortofrutícola de Huelva. En porcentaje



Fuente: Dirección General de Aduanas.

En lo que respecta a la demanda externa, los movimientos fueron muy similares a los comentados más arriba. Así, las toneladas vendidas al extranjero sólo pudieron alcanzar las 255.298, un 15,44% menos que en la campaña precedente. Esta reducción parece que tuvo su origen en la reducción de las cosechas y no en una pérdida de competitividad en los mercados de destino ya que, de hecho, las cotizaciones medias aumentaron. De ahí se deriva que los ingresos percibidos por estas ventas sólo cayeran un 6,27%, muy por debajo de la tasa de reducción del volumen físico. Las ventas al extranjero sumaron 467,85 millones de euros, de las que la mayor parte corrieron a cargo del sector fresero (312,62 millones de euros y un 4,78% menos que en la campaña 2008/2009).

2.4. Perspectivas de futuro

Como ya se ha señalado en diversos momentos en las páginas precedentes, las tendencias de fondo de los mercados internacionales apuntan hacia un aumento sostenido de la competencia con destino a Europa, por tratarse éste de un mercado de alto poder adquisitivo y de un elevado nivel de consumo de productos hortofrutícolas en fresco. No obstante, hay una segunda línea de frente que se está abriendo en el segmento de los denominados productos de conveniencia, los cuales responden a unos perfiles de consumidor con menores disponibilidades de tiempo para la compra y para la propia elaboración de alimentos. También se ha mencionado ya el papel preponderante de la gran distribución alimentaria a lo largo de la cadena de suministro, y cómo sus estrategias de crecimiento le han llevado a ocupar un protagonismo desconocido con anterioridad, tanto frente a los productores primarios, como frente a la industria agroalimentaria.

Por tanto, las líneas de trabajo de futuro deben intentar minimizar las actuales debilidades (como la relativa atomización de la oferta, o la incapacidad de negociación frente a la gran distribución) y aprovechar las posibles oportunidades que surjan en el entorno. Dentro de este programa de trabajo, sin duda, la mejora de la competitividad debe convertirse en la piedra angular de cualquier estrategia. Se trata de seguir mejorando la productividad (los kilos por hectárea, como se ha venido haciendo hasta ahora), pero también se trata de reducir los costes de producción, buscando variedades mejor adaptadas y, sobre todo, investigando en nuevas formas de manejo que pudieran influir en la mejora de los resultados, incluso mecanizando labores intensivas en mano de obra.

Tampoco hay que descartar la posibilidad de obtener ganancias de productividad y competitividad en los eslabones superiores a la producción, tales como el manipulado o la comercialización, analizando la logística y adaptando la oferta local a las necesidades de la distribución minorista. Esto puede conllevar la necesidad de ampliar la gama de productos, como está ya sucediendo con el conjunto de los frutos rojos, obligados por la tendencia de las grandes superficies a comprar de forma agrupada toda esta gama de productos (denominadas *berries*). Incluso, puede significar colaborar con otros orígenes de producción, distribuyendo sus productos o buscando alianzas para cerrar acuerdos de campaña con los distribuidores minoristas. Es obvio que cuando se percibe a los demás como una amenaza, este tipo de decisiones se hacen muy difíciles, por no decir imposibles, ya que el propio entramado social e institucional local boga en sentido contrario. Sin embargo, en el momento en el que los agricultores comiencen a considerarse a sí mismos como empresarios, muchas de estas reticencias desaparecerán bajo el peso del pragmatismo y de la mejora de la cuenta de resultados. A veces el logro de ulteriores niveles de competitividad no es suficiente y hay que buscar alianzas o estrategias de supervivencia que pasen por llegar a acuerdos con los que hasta ese momento se consideraban enemigos.

En cualquier caso, la ganancia de dimensión y la reducción de la atomización posiblemente sean las mayores garantías de supervivencia, aunque los procesos de concentración deben estudiarse muy detenidamente y siempre plantearse buscando optimizar los procesos y mirando la cuenta de resultados, más que en maximizar las subvenciones percibidas. El estudio inédito realizado por Meliá y Martínez, anteriormente citado, pone de manifiesto que los procesos de concentración de cooperativas agrarias españolas tienen mayor probabilidad de fracaso cuanto mayor es el incentivo percibido, lo cual lo relacionan las autoras con el enfoque organizacional hacia la maximización de estos flujos financieros en lugar de procurar una mayor competitividad de las operaciones conjuntas.

Desde el punto de vista de las necesidades de los consumidores finales, numerosos estudios han venido resaltando la importancia de las cuestiones de seguridad alimentaria. En cierta forma, el sector agroalimentario es en el que más relevancia tiene la confianza, al margen del financiero. Lograr la confianza de los consumidores hoy pasa por la reducción del uso de productos químicos en los cultivos (control integrado o lucha biológica), la apuesta por los productos ecológicos (aunque en algunas producciones, el diferencial de precios comienza a no compensar las reducciones de la productividad, como pasa en algunos cítricos) y la trazabilidad. Pero el consumidor europeo no se para ahí.

Las implicaciones éticas y medioambientales de las producciones comienzan a tener una importancia creciente, hasta el punto que pueden convertirse en un argumento en contra de la venta de determinados orígenes. En este terreno, una actitud proactiva es siempre mejor que una reactiva: cuesta mucho más tiempo y dinero reconstruir una imagen dañada que mantenerla bien desde el principio. También se ha mencionado ya previamente, pero las campañas informativas relacionadas con las ventajas para la salud del consumo de frutas y hortalizas, o aquellas dirigidas a evaluar los balances ecológicos (energético o de CO₂) de las producciones pueden evitar muchos daños, o pueden ser incorporadas al propio etiquetado de los productos. Evidentemente, también hay que procurar que en la provincia no sea fácil encontrar agricultores irresponsables que incumplan sus obligaciones fitosanitarias y sociales, ya que su actitud perjudica seriamente a todos.

Como ejemplo de lo anterior baste citar con respecto al sector fresero los logros del Ifapa respecto a la viabilidad del cultivo evitando uso de desinfectantes de suelo, o la iniciativa de Adesva de mejora del protocolo de lucha biológica. No obstante, para el sector fresero sigue siendo necesario avanzar más en escalonar la producción y aumentar la ventana de la misma. En California o Portugal se han dado grandes pasos para ampliar los meses de oferta que podrían reproducirse en la provincia.

Por último, en la vía de aprovechar las oportunidades, no habría que dejar pasar las posibilidades que ofrecen los productos de conveniencia y los mínimamente elaborados, como la IV y V gamas, respecto a las cuales se están logrando interesantes avances en otras producciones andaluzas. Huelva dispone de productos de excelente calidad y un tejido empresarial que podría apostar por este tipo de actividad y, sin necesidad de ir muy lejos, se pueden obtener productos complementarios que conjugan excelentemente con los onubenses para la elaboración de ensaladas o platos semielaborados.

La situación de crisis económica no parece la mejor *a priori* para comenzar nuevas aventuras, y aún menos en situaciones de restricción del crédito. Sin embargo, la globalización ha provocado una salida de la recesión internacional de dos velocidades, con unos países desarrollados (entre los que se cuenta España) que la están abandonando a un ritmo abúlico, y los países emergentes que ya alcanzan tasas de crecimiento superiores al 8%. Para nuestra desgracia, muchos de esos países son potencias productoras de frutas y hortalizas y Europa es un mercado objetivo para ellos. Por eso, el campo onubense no puede pararse. Los éxitos pasados ya no son más que historia y, por eso, el futuro no está garantizado para nadie y hay que seguir ganándolo cada día.

3. Incidencias de campaña

3.1. Condiciones climáticas

La evolución de las condiciones climatológicas a lo largo de la campaña es un elemento que afecta directamente al desarrollo de los cultivos, por lo que su análisis resulta ineludible en cualquier trabajo que pretenda englobar la mayor parte de los aspectos relevantes de un cultivo.

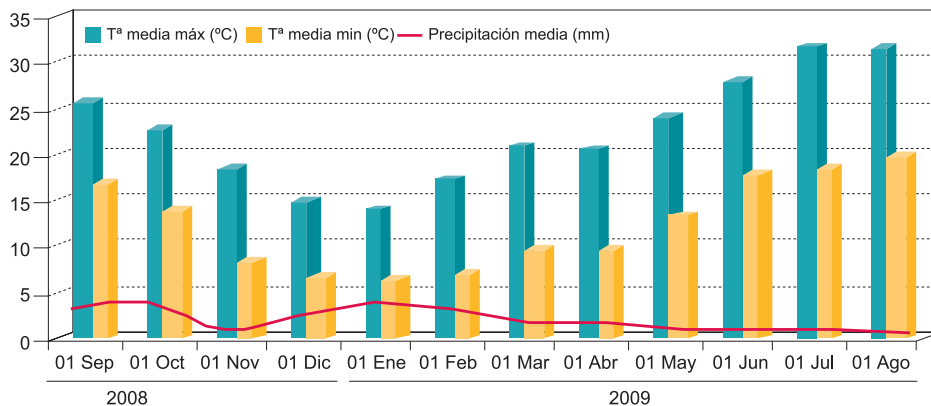
Durante las dos últimas campañas se ha producido una tendencia similar en cuanto a los valores medios de temperatura y humedad relativa mensual. Sin embargo, si se analizan los registros diarios de temperaturas mínimas se observa que durante la última campaña los datos obtenidos han sido inferiores a los del periodo anterior en otoño, y superiores en primavera. Desde mediados de octubre a mediados de enero se han registrado las temperaturas de menor valor, con la particularidad de haberse dado un mayor número de días con valores mínimos (entre -1 y 0 °C) que en la campaña precedente. Las temperaturas máximas han presentado una tendencia similar a las mínimas, de manera que éstas han sido más bajas en otoño y más cálidas en primavera, con respecto a la temporada 2008-2009.

Sin embargo, las precipitaciones han diferido en torno a un 50% entre una campaña y otra, obteniéndose un acumulado de 908,6 mm en 2009-2010 respecto a los 447,4 mm de la anterior. A pesar de que el periodo comenzó con precipitaciones medias inferiores a las de 2008-2009 de en torno al 45%, en noviembre los datos ya eran superiores a dicho periodo. De manera que las precipitaciones se han concentrado en los meses de noviembre a marzo, con registros elevados también en el mes de mayo.

Los valores mínimos de humedad relativa han sido inferiores al periodo de referencia durante los meses con mayor precipitación. Los valores máximos se han presentado más estables en el otoño, sin las bajadas puntuales que caracterizaron el anterior periodo. No obstante, en primavera los valores registrados han sido más variables con la presencia de picos a la baja.

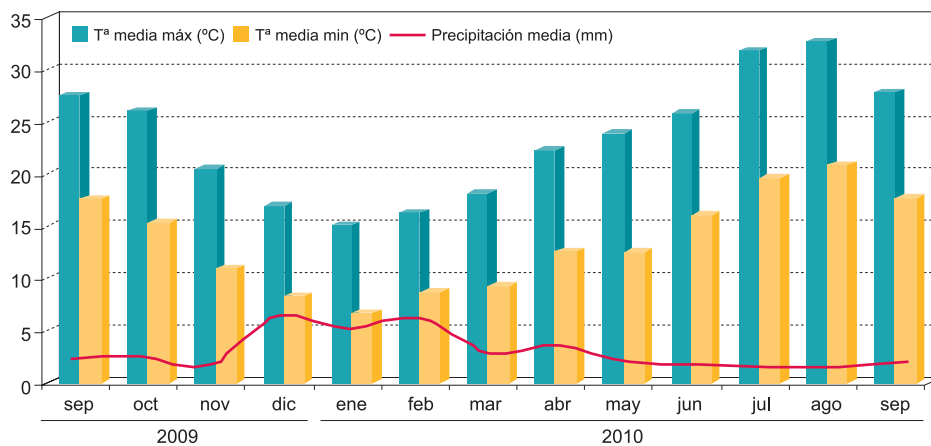
Estas condiciones han afectado a la productividad de los cultivos de la provincia, provocando descensos de producción de las principales especies cultivadas durante el otoño y el invierno. A pesar de ello, la restitución de los valores cálidos permitió un retraso de un mes en la finalización de la campaña.

Gráfico 5. Evolución de las temperaturas mínimas y máximas y de las precipitaciones medias en la campaña 2008-2009



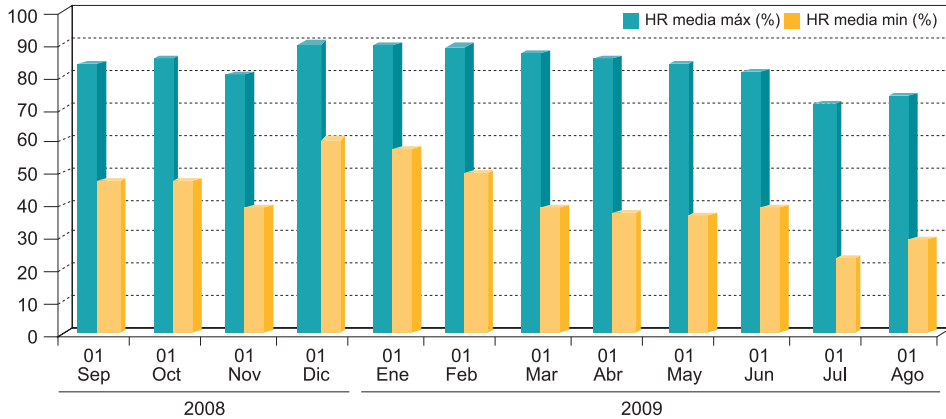
Fuente: Estación Meteorológica de Lepe.

Gráfico 6. Evolución de las temperaturas mínimas y máximas y de las precipitaciones medias en la campaña 2009-2010



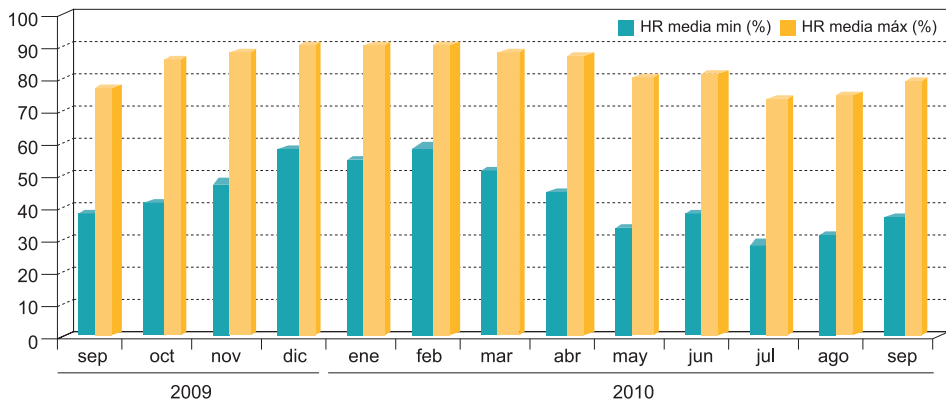
Fuente: Estación Meteorológica de Lepe.

Gráfico 7. Evolución de los valores mínimos y máximos de humedad relativa en la campaña 2008-2009



Fuente: Estación Meteorológica de Lepe.

Gráfico 8. Evolución de los valores mínimos y máximos de humedad relativa en la campaña 2009-2010



Fuente: Estación Meteorológica de Lepe.

3.2. Presencia de plagas y enfermedades

La presencia de plagas y enfermedades es otro factor que condiciona tanto la productividad de los cultivos, como los gastos derivados de su control. A continuación, se describen las principales incidencias detectadas a este respecto según los cultivos principales.

En el cultivo de fresa no se han producido problemas de plagas que comprometieran la viabilidad de las explotaciones. Las principales plagas: (*araña roja*, *trips* y *pulgón*) se controlaron con los tratamientos habituales y no ha existido una alta presencia de orugas. Sin embargo, y debido a las intensas lluvias anteriormente comentadas, proliferó una elevada población de babosas que afectó gravemente al fruto durante los meses de enero, febrero y marzo. Durante dicho período y por el mismo motivo, se ha producido una alta incidencia de *Botrytis cinerea* y problemas en las raíces de las plantas causados por el patógeno *Phytophthora fragariae*.

En el caso de los cítricos, las principales incidencias las ha provocado la lluvia y la presencia de dos tipos de araña: *Tetranychus urticae* y *Panonychus citri*. Si bien fue, el primero el que más ha condicionado el desarrollo de la campaña citrícola. La elevada presencia de humedad, así como de agua líquida sobre el fruto, hizo que aparecieran zonas de pudrición que devaluaron algunas partidas de naranjas.

3.3. Normas de calidad

Hoy en día, la exportación de productos hortofrutícolas no se entiende sin el cumplimiento de normas de calidad en la producción y la manipulación de los mismos. Esto se debe a que las exigencias de los consumidores, cada vez más concienciados con la salubridad de los alimentos, y de la gran distribución, han de quedar reflejadas a través de la certificación.

Las principales normas de calidad implantadas para la venta de frutas y hortalizas son: la normativa UNE 155.000, que establece los requerimientos precisos en la producción para obtener productos de calidad; Global-Gap, con objetivos similares a la anterior; Producción Integrada, que apuesta por la calidad con una gestión respetuosa

con los recursos y el medio ambiente; y BRC e IFS, que establecen las exigencias en cuanto a seguridad e higiene. Estas dos últimas certificaciones van dirigidas a empresas agroalimentarias y su objetivo consiste en asegurar la calidad de los productos en su lanzamiento al mercado.

Por otra parte, la gran distribución está comenzando a demandar otro tipo de certificados de calidad asociados a valores medioambientales, como los correspondientes a la huella de carbono. El objeto de estos certificados es cuantificar el impacto de la producción en el cambio climático, expresándose en toneladas de CO₂ equivalentes. Los principales clientes de las frutas onubenses, Alemania, Francia y Reino Unido, se cuentan entre los primeros países que están exigiendo este tipo de etiquetado, que se prevé que sea obligatorio en Francia a partir de 2011.

Si se analiza la superficie certificada de los productos en los que se centra este estudio, se observa claramente que existe una mayor actividad exportadora en el cultivo de la fresa que en el de los cítricos, existiendo una gran desigualdad relativa de ambos respecto al total cultivado. Según datos aportados por la empresa certificadora Agrocólor, durante la campaña 2009-2010, la superficie total de fresa certificada ha sido de 6.391,45 hectáreas, lo que representa el 98,33% de la superficie total. No obstante, es posible que existan solapamientos y una misma superficie obtenga varias certificaciones. A pesar de ello, los datos son muy positivos si se analiza la repercusión de cada una de las normativas por separado. Así, el 56,18% ha estado acogido a la normativa de Producción Integrada; el 40,15% a Global-Gap, y el 2% a la normativa UNE 155.000.

La superficie certificada de cítricos ha sido más modesta, de 1.940,96 hectáreas, lo que representa el 11,59% de la superficie total cultivada. Distinguiendo entre las diferentes normativas, el 2,75% corresponde a Producción Integrada y el 8,34% a Global-Gap.

4. Factores determinantes de la estructura de costes

4.1. Resumen de la estructura de costes

En este estudio se presenta una estructura de costes de explotación para los cultivos en los que se centra el documento, siendo conscientes de la gran variabilidad que puede existir en cada una de las partidas. Son muchos los factores que afectan a cada apartado, por lo que en el Anexo 7.3 se muestran tanto la metodología del cálculo, como algunos ejemplos de cómo pueden variar estas cifras respecto a parámetros influyentes. De forma que no sólo intervienen la forma de producir, envasar y comercializar, sino también el modo de contabilizar los apartados que conforman las diferentes partidas.

Dentro de la estructura de costes, se ha optado por mostrar los datos respecto a la superficie y no respecto a la planta o el número de kilos producidos, centrándose la exposición de resultados en la evolución y tendencia de estos costes y márgenes.

La variabilidad en las diferentes partidas es mayor en el cultivo de fresa, que se caracteriza por el uso de estrategias de cultivo muy dispares y crea la necesidad de elaborar intervalos con valor mínimo y máximo para cada una de ellas. Aún así, para comparar datos y mostrar tendencias con mayor claridad es preciso hacer referencia a valores medios.

Durante esta campaña el coste total de explotación por hectárea ha disminuido en un 1,5%, lo que se debe fundamentalmente a una merma en el conjunto de los materiales. La partida que más ha descendido ha sido la correspondiente a los fertilizantes, que tras el incremento sufrido en el valor unitario de los productos en 2008, ha retrocedido hasta niveles similares a los de años anteriores. La segunda partida que se ha reducido en mayor proporción ha sido la de los costes financieros, como consecuencia del menor valor medio que ha presentado el Euribor y a la costumbre generalizada de optar por tipos de interés variable. El coste de adquisición de plásticos ha mermado en un 15% debido a la menor cotización del petróleo en este periodo.

Analizando la estructura general de costes, se observa que la partida de mano de obra es la más importante en valor, ya que constituye un 49,42% del total. La siguiente en importancia, es la adquisición de insumos representando un 27,31%. El resto de partidas no tienen tanto peso, siendo los costes financieros la de menor relevancia en proporción.

Tabla 1. Estructura de costes de producción anual de una explotación de fresa.¹

EXPLOTACIÓN FRESERA	Min. 09/10 ³	Máx. 09/10 ³	2009/10		2008/09		Variación
			Euros	%	Euros	%	%
Mano obra campo			22.916,22	49,36	22.066,02	46,88	3,9
Enmienda del suelo	600,0	1.505,0	1.100,0	2,37	1.134,0	2,41	-3,0
Preparación del terreno ²	2.200,0	2.126,0	2.126,0	4,58	1.932,7	4,11	10,0
Plantación	900,0	1.326,0	980,0	2,11	945,9	2,01	3,6
Colocación de estructura ³	300,0	1.230,0	765,0	1,65	715,0	1,52	7,0
Recolección	16.500,0	19.500,0	17.945,2	38,65	17.338,4	36,84	3,5
Materiales			12.664,41	27,28	13.912,70	29,56	-9,0
Plantones	5.100,0	6.600,0	5.523,1	11,90	5.484,7	11,65	0,7
Agua	352,8	1.513,6	933,2	2,01	952,2	2,02	-2,0
Fertilizantes	1.405,3	2.810,6	1.405,3	3,03	2.129,2	4,52	-34,0
Fitosanitarios	1.782,8	2.317,6	1.782,8	3,84	1.793,6	3,81	-0,6
Plásticos	3.020,0	3.624,0	3.020,0	6,51	3.552,9	7,55	-15,0
Otros			5.845,77	12,59	5.754,13	12,23	1,6
Transporte	465,6	465,6	465,6	1,13	466,7	0,99	12,0
Asesoramiento y administración	2.250,0	3.393,4	2.250,0	4,85	2.205,9	4,69	2,0
Alquiler finca/equipos	1.208,0	1.208,0	1.208,0	2,60	1.220,2	2,59	-1,0
Mantenimiento	1.865,1	1.865,1	1.865,1	4,02	1.861,4	3,95	0,2
Gastos de amortización	3.000,0	5.000,0	4.089,9	8,81	4.089,9	8,69	0,0
Costes financieros	909,17	909,17	909,17	1,96	1.245,56	2,65	-27,0
Total	41.923,02	55.482,04	46.425,49	100,00	47.068,34	100,00	-1,4

¹ Euros/ha.

² Labores de alomado, desinfección e instalación de riego.

³ En esta partida no se incluyen los materiales, sólo la mano de obra.

Fuente: Empresas colaboradoras de Adesva y de la industria auxiliar de la provincia.

Para los cítricos se han diferenciado costes de naranja y mandarina, por entender que las particularidades del cultivo de estas dos especies hacían necesaria dicha distinción. Así mismo, debe tenerse en cuenta que la partida correspondiente a plantones en estos casos hace referencia al coste medio de reposición de plantas muertas y al reinjerto de las dañadas.

Los costes generales de naranja han mermado, contabilizándose en un descenso del 5,2% respecto a la campaña anterior. La evolución de las diferentes partidas es similar a la anterior, aunque la magnitud de las mismas es totalmente diferente. Así pues, los causantes substanciales del descenso de los costes de naranja son las partidas correspondientes a fertilizantes y costes financieros. En este caso la mano de obra también es el principal concepto de gasto, representando un 34,69% del total, seguido de la partida de materiales.

Tabla 2. Estructura de costes de producción anual de una explotación de naranja (Lane Late).¹

EXPLOTACION CÍTRICOS	2009/10		2008/09		Variación
	Euros	(%)	Euros	(%)	(%)
Mano obra campo	3.472,33	34,69	3.354,00	31,78	3,5
Riego	92,14	0,92	90,00	0,85	2,4
Tratamientos fitosanitarios	429,68	4,29	410,00	3,89	4,8
Limpieza de calles de cultivo	322,78	3,23	308,00	2,92	4,8
Poda	954,69	9,54	925,00	8,77	3,2
Recolección	1.673,03	16,72	1621,00	15,36	3,2
Materiales	2.569,21	25,67	3.006,00	28,49	-14,5
Plantones	107,75	1,08	107,00	1,01	0,7
Agua	640,00	6,39	640,00	6,06	0,0
Fertilizantes	841,50	8,41	1275,00	12,08	-34,0
Fitosanitarios	471,16	4,71	474,00	4,49	-0,6
Costes de maquinaria	508,01	5,08	510,00	4,83	-0,2
Otros	1.087,20	10,86	1.074,00	10,18	1,2
Asesoramiento y administración	205,02	2,05	201,00	1,90	2,0
Mantenimiento	487,08	4,87	492,00	4,66	-1,0
Otros	395,10	3,95	381,00	3,61	3,7
Gastos de amortización	2.234,25	22,32	2.234,25	21,17	0,0
Costes financieros	645,67	6,45	884,57	8,38	-27,0
Total	10.008,70	100,00	10.552,8	100,00	-5,2

¹ Euros/ha.

Fuente: Empresas colaboradoras de Adesva y de la industria auxiliar de la provincia.

En el caso de la mandarina, las tendencias de las diferentes partidas es similar a la de los productos anteriores; con la salvedad, respecto a la naranja, de que el gasto en mano de obra es prácticamente el doble. Es decir, que este gasto tiene mayor peso sobre la estructura de costes, lo que conlleva a una menor influencia de los descensos en los insumos en el cómputo total. Esta circunstancia ha hecho que la merma en el coste de explotación de este producto sea menor, de un 2,9%.

Tabla 3. Estructura de costes de producción anual de una explotación de mandarina (Oso Grande).¹

EXPLOTACION CÍTRICOS	2009/10		2008/9		Variación (%)
	(€)	(%)	(€)	(%)	
Mano obra campo	6.318,29	50,22	6.108,00	47,13	3,4
Riego	89,07	0,71	87,00	0,67	2,4
Tratamientos fitosanitarios	607,84	4,83	580,00	4,48	4,8
Limpieza de calles de cultivo	377,28	3,00	360,00	2,78	4,8
Poda	712,15	5,66	690,00	5,32	3,2
Recolección	4.531,95	36,02	4391,00	33,88	3,2
Materiales	2.090,44	16,62	2.458,00	18,97	-15,0
Plantones	107,75	0,86	107,00	0,83	0,7
Agua	613,00	4,87	613,00	4,73	0,0
Fertilizantes	710,16	5,64	1076,00	8,30	-34,0
Fitosanitarios	250,49	1,99	252,00	1,94	-0,6
Costes de maquinaria	409,04	3,25	410,00	3,16	-0,2
Otros	1.291,77	10,27	1.274,00	9,83	1,4
Asesoramiento y administración	295,80	2,35	290,00	2,24	2,0
Mantenimiento	514,80	4,09	520,00	4,01	-1,0
Otros	481,17	3,82	464,00	3,58	3,7
Gastos de amortización	2.234,25	17,76	2.234,25	17,24	0,0
Costes financieros	645,67	5,13	884,57	6,83	-27,0
Total	12.580,40	100,00	12.958,80	100,00	-2,9

¹ Euros/ha.

Fuente: Empresas colaboradoras de Adesva y empresas de la industria auxiliar de la provincia.

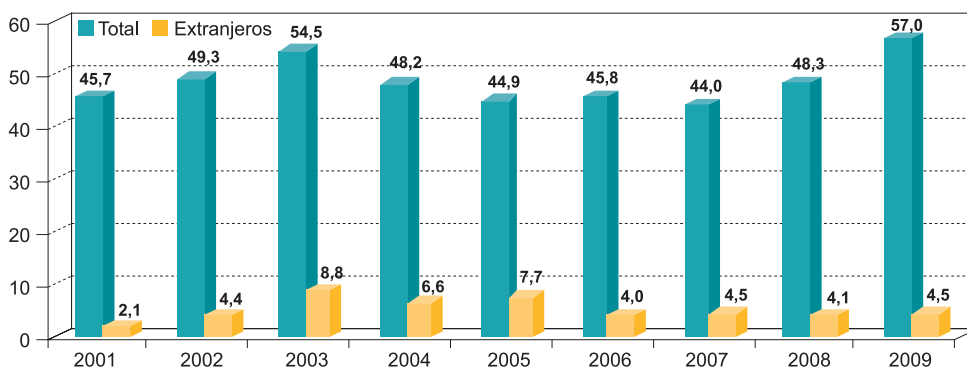
4.2. Mano de obra

El coste de mano de obra es la partida más importante en la estructura de costes de los cultivos considerados. El apartado de mano de obra de recolección puede suponer hasta el 40% de los costes totales de la campaña de fresa y entre el 17 y el 36% de la de cítricos. En el caso de la fresa, la mano de obra de plantación es crítica por su peso elevado en la distribución de costes. Los datos presentados por el INE a nivel nacional son perfectamente representativos de lo que ocurre a nivel provincial. La tendencia de éstos continúa en aumento sostenido desde hace más de una década. Si bien es un aumento débil de un año con respecto al anterior, es casi siempre superior a la subida del IPC. El aumento de costes afecta a todos los niveles de capacitación (encargados, peones, tractoristas) y a todas las labores (riego, recolección, etc.). El coste unitario actualmente se sitúa entre tres y cuatro veces lo que costaba esa misma labor en el año 1985.

En cuanto al número de peonadas requeridas por hectárea de fresa o de cítricos existe cierta estabilidad, pues no se han introducido herramientas que mejoren el manejo de cultivo. Por otra parte, algunos nuevos cultivos como la frambuesa requieren más mano de obra que la fresa, lo que se refleja en la partida de costes, aunque se compensa en parte con mayores ingresos unitarios en ventas.

La estabilidad en los requerimientos de mano de obra y el retroceso del cultivo de la frambuesa experimentado durante esta campaña, no explican el incremento en el número de afiliados a la Seguridad Social por cuenta Ajena en el Régimen Especial Agrario durante el año 2009. Por otra parte, la campaña pasada destacó por la sensibilidad social y política a la coyuntura económica y de desempleo nacional, llevándose a cabo distintas formulas e iniciativas de todas las partes y actores implicados para fomentarlo. Los datos del Ministerio de Trabajo, muestran que del total de afiliados, tan sólo el 7,9% se corresponde con trabajadores extranjeros, produciéndose aumentos en la contratación de mano de obra nacional y foránea, pero con un mayor peso del crecimiento en el número de trabajadores españoles. Esta situación, sin embargo, no se aprecia a pie de explotación, dando la sensación de que han existido pocas variaciones, respecto a campañas anteriores. No obstante, el aumento del número de afiliados desde la dos últimas campañas puede ser un indicador de la evolución del sistema a una mayor transparencia.

Gráfico 9. Evolución del número de trabajadores afiliados al régimen especial agrario de la Seguridad Social. Miles de afiliados



Fuente: Ministerio de Trabajo e Inmigración.

4.3. Plantones

Esta partida es de gran relevancia en el cultivo de fresa, por su elevado coste y la necesidad de renovar el material vegetal cada año. Aunque siguen existiendo diferencias entre el coste para los agricultores que forman parte de las cooperativas, ya que cuentan con vivero propio, y los agricultores o empresas que compran los plantones a viveros privados.

Obviamente, el empleo de una cantidad u otra de plantas por hectárea es un factor clave para la rentabilidad de la explotación, no habiéndose producido avances en la normalización del manejo del cultivo, ni en la infraestructura del mismo. De manera que sigue habiendo una gran variabilidad en este sentido. Este factor hace que la partida destinada a plantones encuentre un amplio margen en su definición.

Es necesario destacar la importancia del material vegetal en la rentabilidad de las explotaciones, y la necesidad de innovación en esta materia para mejorar la competitividad. Actualmente, se está produciendo una continúa evolución y renovación varietal con objeto de obtener un mayor escalonamiento en la producción e incrementar el calendario de la oferta de este producto. Existe una iniciativa provincial, denominada “FresasNuevosMateriales”, que mantiene su labor de desarrollo de nuevas variedades y está trabajando para ganar cuota de mercado en el sector varietal.

El principal problema al que se enfrentan los viveristas es la prohibición del bromuro de metilo y la menor eficiencia de las alternativas al mismo para la desinfección. Algunos de ellos están avanzando ahora más en hidropónico para sus plantas madres. Por otra parte, la planta en taco o cepellón sigue siendo de uso minoritario, mientras que está en aumento en los países competidores que sí valoran su impacto en precocidad y en sanidad vegetal.

En cuanto al coste de transporte y el de mano de obra en los viveros, han subido poco más que el IPC, pero los viveristas han debido de absorber parte de estas moderadas subidas.

En cítricos, las plantas de los viveros apenas han variado sus precios, habiéndose producido un aumento del coste de tan sólo el 0,7%. A pesar de que ha descendido el ritmo de crecimiento de nuevas plantaciones, en la actualidad se están realizando numerosas reconversiones de cítricos en la provincia, bien mediante planta reinjertada o bien por arranque y sustitución con nuevas plantas.

4.4. Agua

El suministro de agua de riego en la provincia de Huelva se realiza desde las cuencas hidrográficas y, en menor medida, por medio de pozos.

En otoño de 2009 se llegó a plantear la posibilidad de establecer restricciones de suministro por la escasez de agua, pero esta situación se solventó con las copiosas lluvias que comenzaron el mes de noviembre. Lo que ha asegurado el suministro de agua por las comunidades de regantes, así como el abastecimiento de las mismas.

Por otra parte, a lo largo de este año 2010, y con objeto de modernizar los regadíos, se están tramitando diferentes legislaciones que afectarán a las dotaciones de agua por hectárea, como el borrador del documento de la *Agenda de Regadío Andaluz* y otras propuestas de resoluciones de la Agencia Andaluza del Agua. De cara a estas modificaciones legislativas, resulta imprescindible realizar el cálculo empírico de la dotación de agua necesaria, teniendo en cuenta al menos un umbral de productividad (rentabilidad) por superficie. De momento, ningún organismo ni entidad de apoyo al sector lo ha realizado de forma específica para las condiciones (climáticas, suelo, etc) de la provincia. Por otro lado durante esta campaña 2009-2010 se ha mantenido el precio unitario del metro cúbico de agua en las comunidades de regantes.

El suministro de agua a través de pozos es un sistema que cada vez se emplea menos, ya que existe un incremento en la preocupación y concienciación respecto a la explotación de los pozos en el entorno del Parque Natural de Doñana, por el impacto en su acuífero y nivel freático.

Continúa existiendo la necesidad de fomentar la agricultura de precisión no sólo por el menor impacto en el medio ambiente, sino también por la propia rentabilidad; por la oportunidad que brinda de reducir costes en cuanto a insumos de agua y de energía eléctrica.

4.5. Fertilizantes

Durante 2009 se produjo un descenso de los costes unitarios de los productos empleados para la fertilización de los cultivos. Estos descensos fueron importantes, de hasta un 40%, en algunos casos, lo que repercutió positivamente en la estructura de costes, mermando la cantidad destinada a este concepto en un 34%. A pesar de que durante 2010 comenzó a incrementarse el precio de los productos por la revalorización del coste del petróleo, las inversiones se realizaron a principio de la campaña, todavía con precios bajos, lo que ha permitido compensar parte del incremento experimentado por esta partida durante 2008. Los datos que se muestran son los que aparecen en las estadísticas publicadas por el INE para costes pagados por los agricultores. En cuanto al abonado de fondo en fresa (relacionado con lomos de segundo año), se ha producido un descenso tanto en las cantidades como en el precio unitario.

Los cítricos también han experimentado una merma del coste de la partida de fertilización, lo que ha quedado reflejado en la estructura global de costes, con un descenso en el importe igual en proporción que en fresa. En este caso hay que destacar que el consumo de fertilizantes ha descendido en la mayoría de los casos, y muy especialmente, en el de productos foliares.

4.6. Productos fitosanitarios

El cambio en la normativa europea respecto al registro de productos fitosanitarios ha supuesto la remodelación de las reglas del juego en este sector. Así, la directiva comunitaria de comercialización de estos productos, 91/414/CE, traspuesta a la legislación nacional por el Real Decreto 2.163/94, sentó las bases de la realización de una lista única comunitaria para todas las materias activas destinadas a la elaboración de estos productos.

Actualmente, se está elaborando dicha lista y se está produciendo una reducción de las materias activas autorizadas. Lo que hace necesario la búsqueda de alternativas eficaces para algunos productos que se consideran básicos para el buen estado sanitario de algunos cultivos.

Según las estadísticas publicadas por el INE para costes pagados por los agricultores, se ha producido un descenso en los costes unitarios de la mayoría de los productos fitosanitarios, que ha llegado en algunos casos a un retroceso del 30%. Cifra similar al aumento experimentado en la campaña anterior. Sin embargo, el coste de la partida destinada al control fitosanitario de los cultivos apenas ha sufrido un descenso del 0,6% en los tres casos analizados.

4.7. Plásticos

Según las empresas consultadas, el coste del plástico, tanto de cubierta como de acolchado, ha disminuido durante esta campaña. El descenso de precio se ha materializado en una variación negativa del 16,36% para el caso del plástico de cubierta y de un 14,30% para el plástico de acolchado. Este menor coste viene dado en gran parte porque la adquisición del plástico se realiza habitualmente al inicio de la campaña, y en ese momento las cotizaciones del petróleo eran inferiores a las alcanzadas en el mismo periodo de 2008. El hecho de que durante el desarrollo de la campaña se haya producido un aumento del valor del petróleo, alcanzando el barril de Brent un valor de 75,7 euros de media (es decir, un 30,68% más que en el periodo anterior), hace pensar que esta tendencia a la baja se tornará al alza de cara a la próxima campaña.

4.8. Energía y transporte

El coste de energía eléctrica es quizás el gran olvidado de las preocupaciones del sector. Su valor continúa subiendo siempre por encima del IPC (6%) a medida que el Estado traslada cada vez más el coste real de producción hacia el consumidor. Dicho coste tiene una mayor repercusión en las cooperativas o empresas comercializadoras, ya que las instalaciones de manipulación son grandes consumidoras de este recurso por la presencia de las cámaras frigoríficas de enfriamiento y almacenamiento. El precio del combustible (para los trasportes internos y tractores), sin embargo, disminuyó según el INE en un 0,23% respecto a la campaña anterior.

No obstante, está previsto que vuelva a aumentar el coste de esta partida. Por ello, es necesario encontrar alternativas energéticas y de transporte a medio y largo plazo, que permitan un ahorro en el coste y cierta independencia del valor del petróleo. A parte del coste económico, también habrá que preocuparse del coste medio ambiental y de las emisiones de CO₂ de este combustible. Por tanto, es importante potenciar líneas de investigación para el desarrollo de dichas alternativas a nivel de productor y de empresa (energía solar o eólica, cogeneración, etc.).

4.9. Costes financieros

Esta partida está directamente relacionada con la evolución del Euribor, ya que la contratación de créditos de inversión se realiza en función de este índice. Esta influencia es mayor si se tiene en cuenta que la mayoría de las contrataciones se hacen a interés variable. Durante esta campaña el valor del mismo ha presentado una tendencia descendente de septiembre hasta junio, mes que ha supuesto un punto de inflexión, ya que a partir de julio ha su valor ha empezado a incrementarse. A pesar de que no ha parado de disminuir durante el periodo considerado, ha presentado una variación de 0,16 puntos básicos y un valor medio de 1,27, frente al 2,74 de la campaña anterior. Este descenso ha supuesto una reducción de los costes financieros de un 27%.

5. Factores determinantes de los ingresos

5.1. Evolución de la superficie

Según datos de la Junta de Andalucía, durante la campaña 2009-2010 se ha producido un leve descenso de la superficie cultivada de frutas y hortalizas (-0,76%) en la provincia de Huelva. El reparto de dicha superficie según especie vegetal no ha variado mucho respecto la campaña anterior. La superficie destinada al cultivo de naranja, mandarina, melocotón y ciruelo se ha mantenido constante, mientras que la superficie cultivada de fresa se ha visto mermada en un 1,52%. Aunque los datos de superficie varían según la fuente consultada, lo cierto es que, en el caso de la fresa, la tendencia de la superficie ha sido ligeramente negativa.

La Junta de Andalucía no hace referencia al resto de los frutos rojos, pero se disponen de los datos aportados por Freshuelva. Esta asociación agrupa a empresas que representan el 95% del sector de la fresa y también de los frutos rojos, ya que, como se ha indicado anteriormente, la exportación de fresa está cada vez más ligada a la comercialización del resto de productos englobados dentro de esta categoría.

Gráfico 10. Evolución de la superficie de cultivo en Huelva. En hectáreas



Fuente: Estimación realizada a partir de datos de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Según estos datos, la tendencia de la superficie destinada al cultivo de frambuesa, arándanos y moras es creciente desde la campaña 2003-2004 hasta la actual. Analizando estos productos de forma individual, se aprecia que en el caso de la frambuesa, a pesar de su crecimiento, se ha producido un retroceso de la superficie cultivada en esta campaña de casi el 10%. Esto se debe fundamentalmente a que se trata un cultivo que requiere una mayor atención por parte de los productores, y una mayor necesidad de mano de obra para obtener rendimientos suficientes que permitan que los buenos precios que suele presentar este producto hagan rentable la explotación.

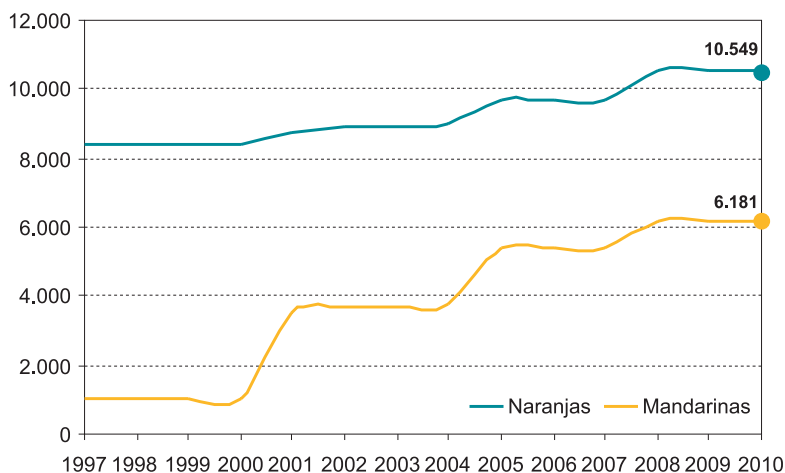
Dentro de la categoría denominada "Resto" en la Tabla 4 se engloban los cultivos de arándanos, moras y grosellas, estando repartida la superficie de la siguiente forma: aproximadamente un 90% del total corresponde a arándanos, que son los principales responsables del aumento de esta categoría; y el 10% restante a moras y grosellas. La implantación de arándanos es más lenta que la de frambuesa al tratarse de un cultivo arbustivo con una más tardía entrada en producción.

Tabla 4. Evolución de la superficie y producción de frutos rojos en la provincia de Huelva

Superficie (ha)	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2004-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010
Fresa	6.539	6.692	6.800	6.326	6.578	6.230	6.500	6.440
Frambuesa	600	800	1.050	1.200	913	1.230	1.010	910
Resto	230	230	230	320	253	450	626	700
Total	7.369	7.722	8.080	7.846	7.743	7.910	8.136	8.050
Producción (tn)								
Fresa JJAA	311.541	320.000	311.404	291.767	292.726	250.540	248.380	225.800
Frambuesa	-	-	-	-	-	12.620	10.300	8.250
Total	311.541	320.000	311.404	291.767	292.726	263.160	258.680	234.050
Rendimiento (kg/ha)								
Fresa	47.644	47.818	45.795	46.122	44.501	40.215	38.212	35.062
Frambuesa	-	-	-	-	-	10.260	10.197	9.066
Exportado	191.668	214.229	197.016	176.720	-	-	-	-
Porcentaje	80,0	68,0	67,0	56,0	-	-	-	-
Precio	1,4	1,5	1,5	1,6	-	365.788.400	313.944.000	304.800.000

Fuente: Freshuelva. Elaboración propia.

Gráfico 11. Evolución de la superficie cultivada de naranjo y mandarino en Huelva. En hectáreas



Fuente: CAP.

En cuanto a la superficie cultivada de naranjo y mandarino, ésta ha presentado una tendencia creciente desde 1997 hasta la campaña actual, considerándose estabilizada desde hace tres campañas en 10.549 y 6.181 hectáreas, respectivamente. Cultivos como el melocotón, la nectarina y el ciruelo también han presentado una tendencia al alza desde el inicio de la serie. La variabilidad de la superficie de frutales es menos elástica que la de hortalizas, debiéndose las variaciones de superficie total cultivada a las oscilaciones anuales de éstos últimos productos, principalmente.

5.2. Evolución de la producción

Según los datos estimados a partir de informaciones de la Junta de Andalucía y de asociaciones y empresas del sector, la producción total de frutas y hortalizas en la provincia de Huelva ha disminuido con respecto a la campaña anterior en un 18,49%. Este descenso productivo se debe al leve descenso de la superficie en cultivo, pero principalmente a las consecuencias de las condiciones climáticas acontecidas durante el periodo invernal.

En el caso de la fresa, se ha estimado que el descenso de producción se ha materializado en un 10,7%. Las principales mermas se produjeron al comienzo de la campaña cuando las lluvias provocaron que muchos frutos quedaran tocados por *Borbytis cinerea* perdiendo su valor comercial y retrasando la entrada de esta fruta a los mercados. Esta situación mejoró hacia el final de la campaña con un alargamiento de la misma que permitió compensar parte de las pérdidas. Del resto de los frutos rojos sólo se han encontrado las referencias aportadas por Freshuelva, según las cuales, se han recolectado 8.250 toneladas de frambuesas, destinándose una mínima parte (50 toneladas) a industria. Estas cifras representan una disminución de la producción de frambuesa en un 20%. En torno al 35% de la primera cosecha de este fruto se perdió debido a la persistente humedad y a la falta de luz de los primeros meses de la campaña.

En septiembre de 2009, la Junta de Andalucía hizo una previsión del aforo para la campaña citrícola de Huelva 2009-2010 de unas 383.520 toneladas. El desarrollo de la campaña ha provocado un descenso de dichas previsiones, existiendo una vez más, discrepancias entre las distintas fuentes. Finalmente, y evaluando toda la información disponible, se ha estimado que producción de naranja ha mermado en un 20% y la de mandarina ha caído en casi un 37%.

Al igual que en fresa, la lluvia afectó a los cultivos, provocando la caída de un porcentaje importante de fruta al inicio de la campaña. Además, en los meses de diciembre y enero fue complicada la recogida de la fruta en fincas con exceso de humedad, ya que la maquinaria circulaba con dificultad. A principios de enero se recogieron clementinas como las de la variedad Orogrande, que estaba finalizando la campaña, y la Clemenules, así como los híbridos Clemenville y Nova, entre otros. Respecto a las naranjas, continuaban la Navelina, la New Hall, la Navelate y las Salustianas, observándose en esos momentos fruta afectada por exceso de humedad, caída o dañada por golpes y rozaduras que afectaban a su calidad. Esta elevada presencia de humedad, así como de agua líquida sobre el fruto, hizo que aparecieran zonas de pudrición que devaluaban algunas partidas de naranjas. A finales de febrero continuó la recolección de las variedades de naranja Navelate y Salustiana, y comenzaron a recogerse partidas puntuales de la variedad Lanelate en las zonas más precoces. La calidad por entonces fue mejor, pero seguían existiendo problemas de exceso de humedad. La recolección de mandarina continuó con normalidad en variedades como la Afourer-Nadorcott y la Clemenville en aquellas fincas en las que aún existía fruta de esas variedades.

Tabla 5. Evolución de la superficie y producción de cítricos en la provincia de Huelva

Superficie (ha)	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010
Naranja	9.875	9.694	9.768	10.549	10.883	12.186	-
Mandarina	4.414	5.425	5.618	6.181	6.024	6.640	-
Resto	137	149	152	205	205	212	-
Total	14.426	15.268	15.538	16.935	17.112	19.038	-
Producción (tn)							
Naranja	208.898	171.639	212.619	232.996	236.186	246.811	243.280
Mandarina	84.093	77.342	101.987	118.026	127.105	126.882	137.000
Resto	1.335	1.150	2.339	3.442	4.155	3.521	3.540
Total	294.326	250.131	316.945	354.464	367.446	377.214	383.820
						Aforo	Aforo
Rendimiento (kg/ha)							
Naranja	21.154	17.706	21.767	22.087	21.702	20.254	-
Mandarina	19.051	14.257	18.154	19.095	21.100	19.109	-
Resto	9.745	7.718	15.388	16.790	20.268	16.608	-

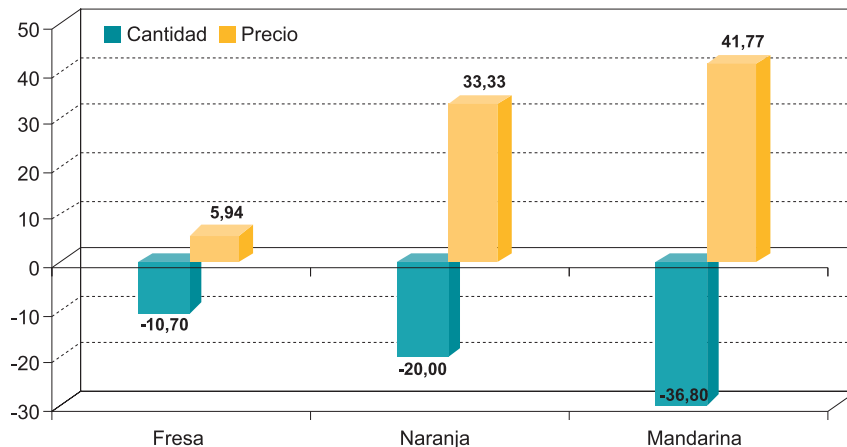
Fuente: CAP. Elaboración propia.

5.3. Evolución de los precios

Ante el descenso de las cantidades previstas al inicio de la temporada, los mercados han evolucionado positivamente en cuanto a precios, existiendo una tendencia al alza de los mismos. De esta forma, el precio medio del conjunto de las frutas y hortalizas de Huelva se ha incrementado un 17,50% respecto a la campaña anterior. A pesar de ello, y como consecuencia de la merma de kilos producidos, el valor de la producción ha disminuido en un 4,23%.

Al analizar el comportamiento de los diferentes productos de forma individual, se observa que el volumen de la merma de producto ha ido en proporción inversa al crecimiento de los precios. La fresa es el producto cuya cotización ha aumentado menos, con un 5,94% respecto a la campaña anterior. Esto nos indica que la pérdida de producción no se ha terminado de compensar con un mejor precio, en términos medios. Seguidamente se encuentra la frambuesa, que ha aumentado en la actual temporada un 23%.

Gráfico 12. Variaciones porcentuales en precio y cantidad de los principales productos con respecto a la campaña anterior

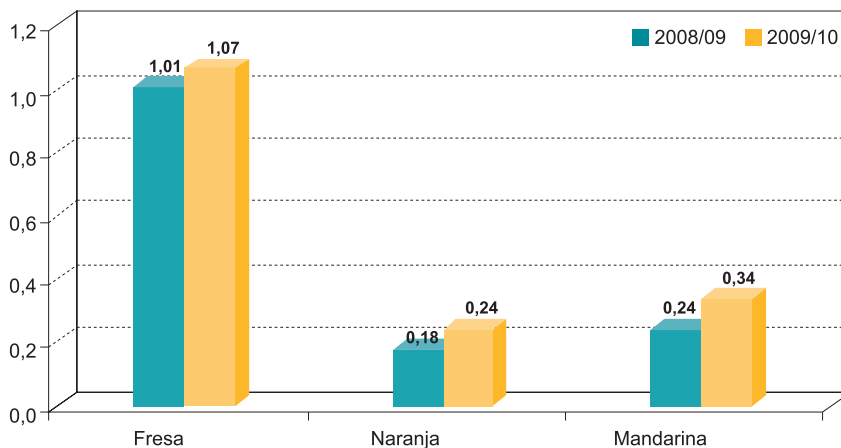


Fuente: CAP. Elaboración propia.

Según la Junta de Andalucía, la campaña de cítricos se ha cerrado con incremento en las cotizaciones medias del 34,37%, cifra algo superior a las estimaciones de la interprofesional Intercitrus, que sitúa el aumento en un 30% respecto al ejercicio anterior.

El alza se estima en paralelo a una caída del 36,8% de la producción total de mandarina y de un 20% en la producción de naranja. El precio alcanzado por estas dos frutas fue muy dispar según los datos de la Junta de Andalucía, que reflejan incrementos del 33,33% para la naranja y del 41,67% para la mandarina.

Las ayudas europeas para transformar naranjas y clementinas en zumos se redujeron un 5% debido a la caída de la producción, pero superaron los 80 millones de euros a razón de 568 euros por hectárea de naranjas y clementinas destinadas a la industria. Estas ayudas a la transformación desaparecen en la próxima campaña como consecuencia de la nueva ordenación del mercado interior acordada por la Unión Europea.

Gráfico 13. Evolución de los precios medios de los principales productos. En euros/Kg

Fuente: CAP. Observatorio de precios de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

5.4. Evolución de la demanda

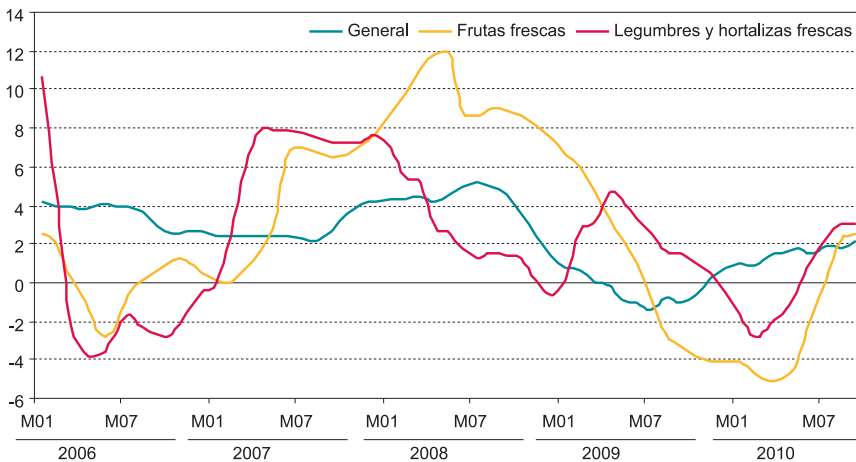
Se suele mantener que la demanda de productos alimentarios es mucho menos elástica que la de otro tipo de bienes, por lo que las disminuciones de renta (lo que se suele producir durante las recesiones) tienen una menor influencia sobre la cantidad demandada de los mismos. La debilidad de la demanda de productos agrarios ha sido menos dura que en otros sectores, es cierto, pero también se ha producido.

En primer lugar, el canal HORECA ha visto reducirse sus consumos al declinar drásticamente su propia demanda. En concreto, según el Panel de Consumo Alimentario de los Hogares del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, en 2009 el consumo de alimentos a través de restaurantes y hoteles cayó un 9,5% respecto al año anterior. Para las producciones de las que hablamos en estas páginas, el recorte fue incluso más intenso: -12,8% para hortalizas y verduras frescas y -11,7% para frutas frescas. En su conjunto, el consumo de alimentos en 2009 se redujo un 1,4% (sumando hogares, hoteles y restaurantes e instituciones). Ahora bien, afortunadamente las frutas y hortalizas que no se han consumido fuera se han procesado en el propio hogar, sirviendo incluso como sustitutos de otros tipos de alimentos. Así, por ejemplo, en 2009 el consumo de frutas y hortalizas frescas en los hogares aumentó un 3,2 y un 4,8%, respectivamente.

En segundo lugar, las cotizaciones medias de las producciones se han estrechado más aún si cabe, ante la estrategia de reducción de los precios en la cesta de la compra seguida por las grandes cadenas de distribución. Dos circunstancias avalan esta deriva: de un lado, la marcha del propio IPC en el que los alimentos frescos han mantenido un comportamiento, desde mediados de 2008, que ha contribuido a la contención y descenso de los precios generales –aunque en los últimos meses de 2010 vuelven a repuntar–; de otro, el porcentaje de aumento del peso de las marcas blancas en los lineales de los supermercados a lo largo de 2009 y 2010, pasando del 32,15% de cuota de valor en 2008 al 42% de 2009. La importante ganancia de cuota en tan escaso lapso de tiempo está claramente relacionada con la preferencia de los consumidores hacia productos de menos precio. Ésta es la razón que explica por qué en 2009 se redujo en términos de valor el consumo de frutas y hortalizas frescas en España (-4,8 y -2,0% respectivamente) a pesar del aumento en el número de kilos. Sin embargo, desde comienzos de 2010 esta tendencia se ha invertido, ya que los precios de consumo han vuelto a una senda ascendente.

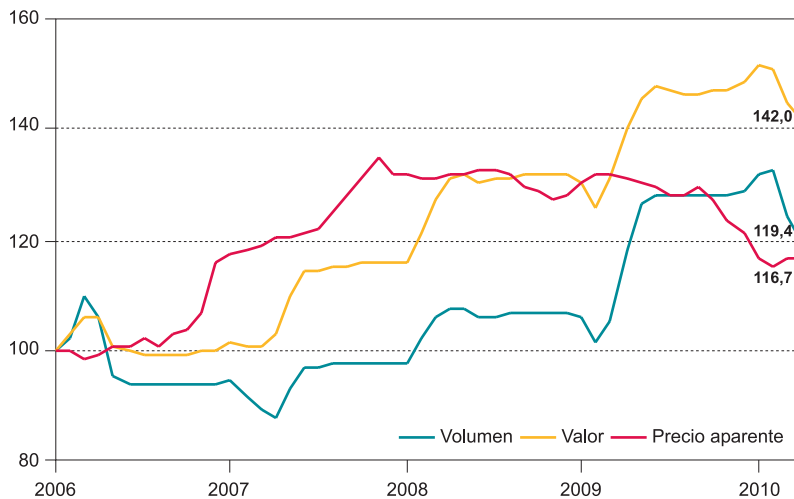
Con respecto al consumo nacional, observando los datos aportados por el Panel de Consumo Alimentario, se puede deducir el efecto que la merma de producción de la fresa en la provincia produjo en los mercados. Después del crecimiento registrado en 2009 y un prometedor arranque de 2010, el desabastecimiento de los mercados provocó un rápido descenso del consumo hasta niveles similares a los del año precedente. Este acusado descenso no se reprodujo con la misma intensidad en cuanto a la reducción en términos de dinero dedicado a este gasto, lo que indica que la sensación de escasez repercutió en unos mayores precios de venta al público. Pero, dada la sensibilidad de la demanda hacia los precios en estos momentos de crisis, el incremento del precio no permitió recuperar el nivel de ingresos precedente. Para los frutos rojos no se cuenta con información detallada. No obstante, fuentes del sector aseguran que la campaña de frambuesa tuvo un buen comportamiento, lo que seguramente conllevará ulteriores crecimientos de la superficie en explotación con este cultivo en los próximos años.

Gráfico 14. Tasas de variación interanual del IPC general de frutas frescas y hortalizas frescas



Fuente: INE.

Gráfico 15. Evolución del consumo y del precio aparente de la fresa (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100



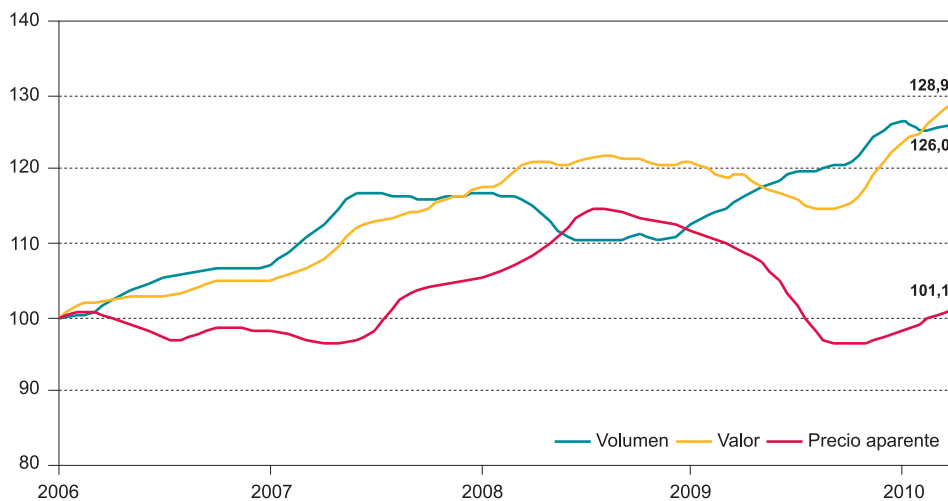
Fuente: Panel de Consumo Alimentario. Elaboración propia.

Por su parte, los dos principales cítricos (naranja y mandarina) continuaron su senda ascendente en la cesta de la compra, con mayor intensidad en el primero. En este caso, la escasez en los mercados fue menos evidente, ya que otras zonas de producción españolas no se vieron afectadas por las inclemencias en la misma intensidad que Huelva, por lo que no se produjo una reducción severa de los *stocks*. No obstante, la combinación general de una menor cantidad de producto en el mercado y una demanda creciente hizo que los precios pagados por los consumidores finales se tornaran crecientes durante toda la campaña, aunque sin recuperar los niveles alcanzados a finales de 2008.

Los avatares climáticos obviamente también influenciaron sobre la demanda externa, permitiendo, por ejemplo, un alargamiento de la temporada de fresa hasta finales de junio, al encontrarse una demanda receptiva en esas fechas y al preverse una reducción de la cosecha en Polonia, lo que disparó las compras preventivas por parte de la industria transformadora. Otros frutos rojos también han visto como mejoraba su demanda internacional (especialmente de Alemania), merced a la buena calidad de los productos destinados a la exportación.

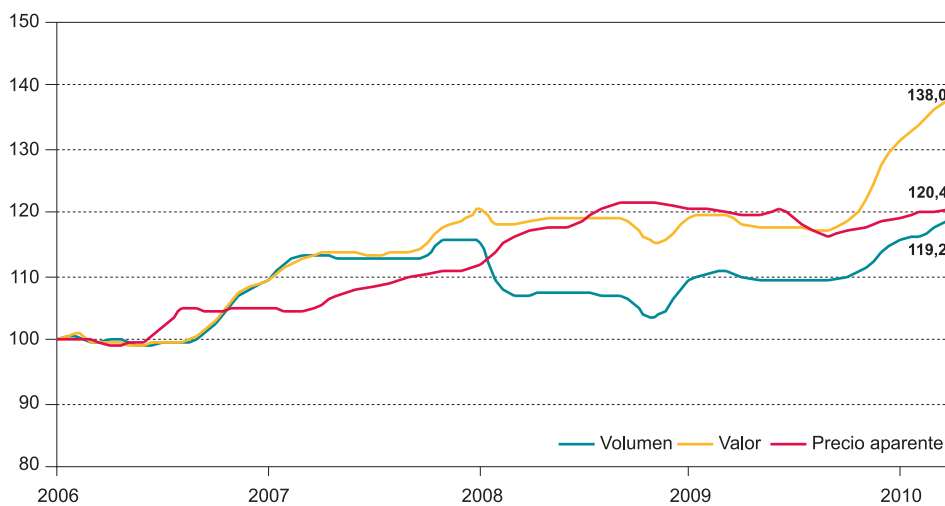
Con respecto a la naranja, a pesar del repunte del consumo en fresco por la incidencia de la gripe A, la alarma inicial fue cediendo y vuelven a emerger las tendencias de fondo. En los mercados desarrollados los consumidores apuestan por la sustitución paulatina, bien merced a los zumos de última generación o a la competencia de otras frutas que han visto ampliado su calendario gracias a las mejoras en la logística de distribución.

Gráfico 16. Evolución del consumo y del precio aparente de la naranja (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100



Fuente: Panel de Consumo Alimentario. Elaboración propia.

Gráfico 17. Evolución del consumo y del precio aparente de la mandarina (media móvil de 12 meses). Índice enero 2006=100



Fuente: Panel de Consumo Alimentario. Elaboración propia.

6. Comercio exterior

6.1. Evolución de las exportaciones

Las exportaciones de frutas y hortalizas de la provincia de Huelva se han visto mermadas durante la campaña 2009-2010 tanto en cantidad como en valor. Las toneladas exportadas han disminuido un 15,4% respecto a la campaña anterior, mientras que el valor de las mismas lo ha hecho en un 6,3%. Esto pone de manifiesto que, aunque la caída de las cantidades exportadas ha quedado reflejada en el valor total, las cotizaciones de los productos han sido superiores a las obtenidas en la campaña anterior. Y esto a pesar de las circunstancias económicas y la presión a la que se encuentra sometido el sector desde hace dos campañas por los diferentes operadores de cara a la adquisición de productos.

No obstante, los descensos tanto en cantidad como en valor, llevan a alcanzar cifras inferiores a las obtenidas en la campaña 2007-2008. Por otra parte, durante esta campaña el volumen exportado ha supuesto un 45% del total producido, proporción algo superior a la de la campaña anterior que fue de un 43,40%.

6.1.1. Análisis por productos

Si se analiza la evolución del volumen de las exportaciones según tipos de productos, se observa que la fresa sigue siendo la principal exportación, representando el 72,9% del total de las frutas y hortalizas. Esta fruta, junto con las naranjas, las mandarinas y la fram-buesa ha constituido durante la campaña 2009-2010, el 90,5% del volumen total exportado.

Durante este periodo, la cantidad de fresas exportadas ha disminuido un 8,4%. Esto se debe, principalmente, al descenso de producción que ha tenido lugar durante los primeros meses del año y que ha repercutido en los envíos al exterior.

Los efectos de las condiciones meteorológicas que han acontecido en la provincia también se han dejado notar en la producción y exportación de cítricos. Así, tanto las emisiones al extranjero de naranjas como las de mandarinas se han visto mermadas. Las toneladas exportadas de naranjas han disminuido casi un 53% respecto a la campaña 2007-2008, y un 20% respecto a la 2008-2009. En el caso de la mandarina, el retroceso se ha materializado en un 40,5%.

Merece la pena hacer hincapié en el comportamiento de arándanos y frambuesas por ser productos en auge dentro de la agricultura intensiva onubense. Éstos han mostrado tendencias de exportación diferentes en el periodo analizado, ya que la frambuesa ha mantenido la tendencia descendente de la mayoría de los productos. Sin embargo, el arándano ha presentado una trayectoria positiva; en parte derivada de un aumento de la superficie en producción y, en parte, por el desarrollo de las condiciones meteorológicas, más favorables para su cultivo.

El valor de las exportaciones ha presentado en 2009-2010 una tendencia similar al volumen de las mismas. La mayoría de los productos han mejorado sus cotizaciones sin llegar a compensar el descenso de las cantidades enviadas, por lo que el valor en euros ha sido inferior que la campaña anterior.

En el caso de la fresa la disminución ha quedado reflejada en un descenso del 4,8%, la mitad respecto a la variación en volumen. Lo mismo ha ocurrido con las mandarinas, en las que el descenso en valor ha representado un 24,7%. Las exportaciones de naranjas, sin embargo, han caído de forma similar en volumen y valor.

Si observamos el resto de *berries*, la frambuesa es la única que ha presentado una merma en su valor de exportación (-10,9%), mientras que arándanos y zarzamoras han aumentado un 4,6 y 4,8%, respectivamente.

Tabla 5. Evolución de las exportaciones por productos. En toneladas

Producto	2007-2008	2008-2009	2009-2010	% var 09/10
Fresas	182.311	203.145	186.135	-8,4
Naranjas	41.726	27.617	22.099	-20,0
Mandarinas	26.876	23.661	14.069	-40,5
Frambuesas	10.847	11.625	8.677	-25,4
Melocotones	9.983	16.882	3.795	-77,5
Ciruelas	3.384	3.071	2.671	-13,0
Arándanos	2.697	5.232	5.859	12,0
Zanahorias	1.217	1.303	1.171	-10,1
Castañas	698	676	1.040	53,7
Zarzamoras	366	581	580	-0,2
Otros	8.470	7.986	9.101	14,0
Total	288.576	301.781	255.198	-15,4

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Tabla 6. Evolución de las exportaciones por productos. Miles de euros

Producto	2007-2008	2008-2009	2009-2010	% var 09/10
Fresas	315.223,69	328.329,53	312.624,76	-4,8
Naranjas	26.203,77	15.178,43	12.195,69	-19,7
Mandarinas	19.542,91	16.508,61	12.434,30	-24,7
Frambuesas	68.140,76	76.285,37	68.198,01	-10,6
Melocotones	12.482,31	7.797,61	5.758,84	-26,1
Ciruelas	3.241,64	3.049,99	2.116,86	-30,6
Arándanos	24.734,33	35.634,01	37.289,76	4,6
Zanahorias	1.078,14	1.230,95	1.097,21	-10,9
Castañas	1.797,52	1.958,45	2.332,23	19,1
Zarzamoras	2.611,19	2.879,01	2.993,71	4,0
Otros	8.688,01	10.312,04	10.806,68	4,8
Total	483.744,28	499.164,01	467.848,06	-6,3

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

6.1.2. Análisis por meses

El descenso del volumen exportado se ha repartido a lo largo de los meses de la campaña, con especial incidencia en septiembre, noviembre, diciembre, marzo y abril. Tan sólo en mayo y junio la variación con respecto a la campaña anterior ha sido positiva.

La merma de volumen exportado en el mes de septiembre se debió, fundamentalmente, a una menor venta de mandarinas (-93,71%) y ciruelas (-35,32%). Los descensos en los envíos de mandarina continuaron en noviembre, siendo uno de los principales causantes de la disminución total del mes.

En diciembre, disminuyó la exportación de la mayoría de los productos a excepción de los arándanos. Este producto presentó un comportamiento positivo a lo largo de todo este periodo, con incrementos significativos en noviembre y diciembre. Aun así, la cifra continúa siendo poco representativa como para afectar al cómputo total.

En cuanto al mes de marzo, se produjeron descensos en las cantidades exportadas de fresas, frambuesas y naranjas, aunque el volumen comercializado de ésta última pareció recuperarse en el mes de abril. Sin embargo, fresa y frambuesa no mejoraron su comportamiento con respecto a la campaña anterior hasta el mes de mayo.

Tabla 7. Evolución de las exportaciones por meses. En toneladas

Meses	2007-2008	2008-2009	2009-2010	% var 09/10
Septiembre	4.618	6.851	3.947	-42,4
Octubre	7.796	7.236	6.969	-3,7
Noviembre	8.308	11.740	7.526	-35,9
Diciembre	17.758	14.207	9.926	-30,1
Enero	14.936	9.131	8.823	-3,4
Febrero	30.400	19.358	17.502	-9,6
Marzo	61.248	59.878	35.083	-41,4
Abril	57.746	92.305	73.783	-20,1
Mayo	69.099	57.072	61.160	7,2
Junio	16.668	24.003	30.479	27,0
Total	288.576	301.781	255.198	-15,4

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Analizando el valor de las exportaciones según meses, se observa que la disminución del mismo se repartió de forma más o menos homogénea a lo largo de la campaña. En la mayoría de los meses, los descensos en valor fueron inferiores a los presentados en volumen. Esto confirma que las cotizaciones de los diferentes productos han sido mayores que en la campaña anterior. Al igual que se comentaba en el análisis por productos, este aumento no compensó la merma de los envíos.

El mes de septiembre fue el más negativo, ya que la variación del valor de las exportaciones ha sido inferior a la del volumen. En este mes las cotizaciones de fresas, mandarinas y ciruelas mermaron entre un 30 y un 90%.

No obstante, los meses de mayo y junio presentaron incrementos positivos en valor, lo que indica que a pesar del aumento de toneladas ofertadas, se obtuvieron precios más elevados en los diferentes productos.

Tabla 8. Evolución de las exportaciones por meses. Miles de euros

Meses	2007-2008	2008-2009	2009-2010	% var 09/10
Septiembre	6.560,19	7.343,96	3.507,81	-52,2
Octubre	7.091,66	8.945,14	8.660,66	-3,2
Noviembre	8.219,10	12.138,20	10.795,76	-11,1
Diciembre	18.636,95	19.222,76	15.328,90	-20,3
Enero	20.183,86	14.848,56	13.114,72	-11,7
Febrero	68.519,44	38.725,67	32.155,06	-17,0
Marzo	99.883,64	109.543,55	76.812,60	-29,9
Abril	108.003,83	139.204,44	128.996,61	-7,3
Mayo	122.425,26	106.364,03	120.356,34	13,2
Junio	24.220,35	42.827,69	58.119,57	35,7
Total	483.744,28	499.164,01	467.848,06	-6,3

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

6.1.3. Análisis por destino

La distribución del volumen comercializado a países foráneos ha sido similar a la de otras campañas agrícolas. Los principales destinatarios del mismo fueron los países de la UE-15, que recibieron en este periodo el 93,2% del total exportado.

Todos los países de la UE-15 han recibido menor cantidad de producto durante esta campaña, de manera que el total del descenso de las exportaciones se ha dejado notar principalmente en estos destinos (como, por otra parte, era de esperar).

Al analizar los datos, se observa que la mayoría de los envíos de producto se siguen realizando a Alemania, que ha representado el 31% del total. Aún así, durante esta campaña las cantidades exportadas se han visto mermadas en un 12,5%, respecto a la campaña anterior. Si se realiza un análisis de los productos en este destino, se observa que se ha producido un retraso de los envíos de fresa de septiembre a octubre. No obstante, la demanda de este producto se ha incrementado durante el mes de mayo debido a la buena calidad del producto en ese momento. En cuanto a las frambuesas, éstas se han exportado en mayor cantidad durante los meses de octubre a diciembre. En general, la exportación de frutos rojos ha alcanzado sus mayores cifras durante los meses de abril y mayo, algo más tarde que en la campaña anterior. Esto se ha debido, por un lado, a la merma de producción al inicio del periodo de fresa; y por otro, al clima benigno presente durante los meses primaverales en centro Europa, y a la excelente calidad de la fruta.

Analizando el comportamiento de los cítricos, se observa una reducción del 48,5% del volumen de mandarina exportado que se concentra en los meses de noviembre y diciembre. La demanda de naranja ha descendido en menor grado, sin embargo, se aprecia un retraso en los envíos de este producto con respecto al periodo anterior.

El segundo país en importancia, es Francia que recibe el 25,7% del total exportado. En este caso, también se observa un retraso en el comienzo de envíos de frutos rojos. Analizando el comportamiento de las exportaciones de fresa, éstas sufren una bajada muy acusada durante los meses de febrero y marzo, originada por el descenso de la recolección en ese periodo. Los cítricos, por su parte, también han disminuido las cantidades comercializadas a Francia de forma importante con mermas en naranja y mandarina del 66,27 y 23,56%, respectivamente.

Reino Unido y Portugal ocupan el tercer y cuarto puesto en el *ranking* de países destinatarios, con una representatividad del 9% respecto al total, cifra similar a la obtenida en la campaña 2008-2009. De los países de la UE-15, Francia, Italia y Portugal son los que menos han mermado las cantidades recibidas de producto onubense.

Las exportaciones a los países de la UE-ampliada han sufrido una regresión a cifras cercanas a las presentadas en la campaña 2007-2008, que han significado un descenso del 36,2% con respecto a la campaña 2008-2009. De estos países, a los que más se envía producto es a Polonia y República Checa, y éstos han presentado tendencias diferentes en la campaña analizada (2009-2010). De hecho, las cantidades exportadas a Polonia se han visto mermadas en un 29,6%, mientras que las de República Checa han aumentado en un 6,6%. Malta y Letonia son el tercer y cuarto país dentro de este grupo, que importaban una cantidad significativa de producto hasta este periodo, recibiendo ahora un 68,9 y 78,6% menos de producto que en la campaña anterior, respectivamente.

En cuanto a países no comunitarios, son reseñables únicamente las cantidades enviadas a Suiza y Noruega, que aunque han sufrido descensos pueden considerarse unas cifras estables. Esta situación es extrapolable al total exportado a países terceros, que aún habiendo mermado un 3,8% en cantidad, las cifras de esta campaña y la anterior no presentan grandes variaciones. Algunos países han presentado variaciones positivas en sus importaciones desde Huelva, México, Brasil y Rusia, aunque las cantidades son poco representativas.

Tabla 9. Evolución de las cantidades exportadas según origen. En toneladas

Países	2007-2008	2008-2009	2009-2010	%var 0910
Alemania	91.675	90.246	79.133	-12,3
Austria	4.002	6.386	5.543	-13,2
Bélgica	14.693	20.336	10.020	-50,7
Dinamarca	1.883	2.561	1.165	-54,5
Finlandia	1.063	852	282	-66,9
Francia	66.708	68.853	65.674	-4,6
Grecia	0	79	0	-100,0
Holanda	18.446	20.781	13.395	-35,5
Irlanda	838	1.323	1.186	-10,3
Italia	19.222	16.306	15.549	-4,6
Luxemburgo	66	51	44	-14,0
Portugal	23.741	24.990	22.789	-8,8
Reino Unido	31.958	26.449	22.874	-13,5
Suecia	1.251	919	218	-76,3
Total UE-15	275.548	280.132	237.872	-15,1
Eslovaquia	169	279	222	-20,4
Eslovenia	0	0	0	
Estonia	722	610	501	-17,8
Hungría	70	51	85	66,6
Letonia	1.349	1.106	237	-78,6
Lituania	100	243	0	-100,0
Polonia	1.537	3.447	2.427	-29,6
República Checa	2.139	2.423	2.584	6,6
Rumania	37	0	0	
Bulgaria	1	0	0	
Chipre	0	0	0	
Malta	0	2.611	811	-68,9
Europa Ampliada	6.124	10.772	6.867	-36,2
Total UE-27	281.672	290.904	244.740	-15,9
Noruega	1.791	2.706	2.483	-8,2
Suiza	3.859	6.497	6.463	-0,5
EEUU	340	683	233	-65,9
México	194	86	170	98,0
Brasil	150	19	294	1443,2
Emiratos Árabes	147	249	232	-6,8
Rusia	110	23	143	535,4
Otros países	313	614	439	-28,4
Total Países Terceros	6.904	10.877	10.458	-3,8
Total Exportación	288.576	301.781	255.198	-15,4

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

A continuación, se analiza la variación del valor de las exportaciones según lugar de destino. El grupo de países que forman parte de la UE-15 han presentado una merma en valor similar al del total exportado. En la mayoría de los casos, el descenso en volumen ha ido acompañado de un aumento de las cotizaciones. No obstante, en pocos destinos dicho incremento ha compensado la merma de toneladas. Tan sólo en Bélgica, Irlanda e Italia se han superado los valores obtenidos en la campaña anterior, pero sin significar grandes aumentos.

En los siguientes grupos de países a analizar, UE-ampliada y países no comunitarios, el valor de las exportaciones ha sido mayor que en la campaña anterior. Dentro de la UE-ampliada, los países más relevantes, República Checa, Polonia, Malta y Letonia, han presentado tendencias diferentes. En el caso de República Checa, las cotizaciones se han elevado a pesar del aumento de las cantidades importadas por este país. Polonia y Letonia, sin embargo, no han llegado a compensar la merma de volumen con el aumento de las cotizaciones. Y Malta ha sufrido descensos similares en volumen y precios.

Los países no comunitarios han aumentado el valor de las exportaciones onubenses a estos lugares en un 7,49%. En el caso de Noruega y Suiza las cotizaciones han compensado el descenso de la exportación. México, Brasil y Rusia han acompañado el aumento de las cantidades importadas con mejores precios que en la anterior campaña. Tan solo EEUU ha presentado una variación más negativa en valor que en volumen.

No obstante, al igual que ocurría en la distribución de las exportaciones en volumen, han sido los descensos en valor de los envíos a los países de la UE-15 los responsables de la disminución en el cómputo total.

Tabla 10. Evolución de las cantidades exportadas según origen. Miles de euros

Países	2007-2008	2008-2009	2009-2010	% var 09/10
Alemania	134.642,77	136.934,77	127.298,48	-7,04
Austria	11.186,74	14.175,92	13.308,62	-6,12
Bélgica	22.790,69	18.265,69	18.604,80	1,86
Dinamarca	2.989,17	4.349,74	2.143,60	-50,72
Finlandia	991,33	827,18	202,11	-75,57
Francia	110.002,21	108.063,35	107.586,65	-0,44
Grecia	0,00	99,84	0,00	-100,00
Holanda	25.038,52	35.423,02	25.528,96	-27,93
Irlanda	2.239,96	3.605,26	3.842,16	6,57
Italia	31.395,19	27.575,49	27.836,85	0,95
Luxemburgo	134,75	105,95	96,11	-9,29
Portugal	24.715,11	24.383,37	22.896,09	-6,10
Reino Unido	93.734,70	89.774,34	85.138,88	-5,16
Suecia	1.390,33	875,93	405,82	-53,67
Total UE-15	461.251,45	464.459,83	434.889,14	-6,37
Eslovaquia	282,70	361,84	421,82	16,58
Eslovenia	0,00	0,00	0,00	0,00
Estonia	1.344,68	1.032,98	917,88	-11,14
Hungría	112,78	78,67	157,81	100,60
Letonia	1.344,47	865,49	352,37	-59,29
Lituania	88,61	190,90	0,00	-100,00
Polonia	1.809,73	3.179,88	2.761,14	-13,17
República Checa	2.993,73	2.955,95	3.786,97	28,11
Rumania	26,37	0,00	0,00	0,00
Bulgaria	2,02	0,00	0,00	0,00
Chipre	0,00	0,00	0,00	0,00
Malta	0,00	4.485,64	1.393,52	-68,93
Europa Ampliada	8.005,09	13.151,34	9.791,52	-25,55
Total UE-27	469.256,54	477.611,17	444.680,66	-6,89
Noruega	1.504,36	2.171,24	2.642,83	21,72
Suiza	11.728,20	17.334,32	18.854,07	8,77
EEUU	408,47	1.146,19	280,64	-75,52
México	174,43	71,98	151,22	110,09
Brasil	217,33	23,89	354,20	1.382,40
Emiratos Árabes	145,62	204,19	230,62	12,94
Rusia	93,12	27,90	215,29	671,63
Otros países	216,21	573,14	438,52	-23,49
Total Países Terceros	14.488	21.553	23.167	7,49
Total Exportación	483.744,28	499.164,01	467.848,06	-6,3

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia

6.2. Principales competidores

En este apartado se analizan las importaciones de frutas y hortalizas realizadas por la UE-27, con objeto de conocer qué países son los que comercializan sus productos a la Unión en la época en que lo hace Huelva, y en qué cantidad. Esto permite localizar los principales competidores de la provincia para los cultivos considerados (fresa, naranja y mandarina) durante su campaña agrícola.

En cuanto a la fresa, la asociación de frutas y verduras frescas europea (Freshfel) ha publicado un informe con datos desde el año 2000 hasta 2008 (en parte referencias de FAOSTAT) que aporta una visión del sector de la fresa a nivel mundial. Según estos datos, EEUU es el principal productor mundial de fresa con una producción anual de más de un millón de toneladas; le siguen a gran distancia con más de 250.000 toneladas, España y Turquía. Sin embargo, estos últimos países han presentado una tendencia distinta en el periodo analizado. España ha disminuido casi un 30% su producción, mientras que Turquía la ha aumentado en un 250%. En general, los países del marco mediterráneo han doblado su producción en los últimos cinco años, encontrándose ahora en un periodo de estancamiento. A nivel mundial, la producción ha crecido en un 40% en los últimos 12 años hasta llegar a casi los cuatro millones de toneladas. Respecto a la exportación, en 2005 la UE lideraba las exportaciones de fresa con una cuota del 65% y España, por su parte, controlaba el 35% del comercio mundial.

Si se analizan las exportaciones de fresa durante la campaña 2009-2010, España es el principal exportador de este producto a la UE-27 durante el periodo analizado con una cantidad de 216.223 toneladas, concentrando los envíos de producto en los meses de febrero a junio. A nuestro país le sigue a bastante distancia Holanda (26.131 toneladas), que proporciona fresas en cantidades más o menos constantes durante todos los meses de este periodo, excepto en enero y febrero que son algo inferiores. Holanda es de sobra conocida por su actividad gestora en el comercio de frutas y hortalizas, por lo que es frecuente encontrarle entre los diez primeros puestos del *ranking* de exportación de frutas y hortalizas a la Unión. Este posicionamiento se debe, en la mayoría de las ocasiones, a la complementariedad de su producción con actividades de reexportación de productos de diversos orígenes.

El tercer puesto lo ocupa esta campaña Bélgica, que concentra una mayor cantidad de producto en los envíos en los meses iniciales y finales de la campaña. Las exportaciones iniciales son, en parte, reexportaciones de producto con origen mayoritario de Egipto y las finales se deben al solape del inicio de su producción y el final de la nuestra.

Francia, principal productora de fresa junto con España desde enero a marzo, ha visto mermadas sus exportaciones a la Unión, pasando de un tercer puesto en la campaña 2008-2009, a un quinto puesto en la actual. Y es que la campaña de fresa francesa también ha sufrido las inclemencias del clima, habiéndose presentado un invierno relativamente suave pero con lluvias importantes.

Marruecos es el siguiente país en importancia y el primero de los países no comunitarios, con 16.793 toneladas. Se adelanta en el mercado de la Unión un mes respecto a Huelva, de forma que en el mes de diciembre sus envíos han representado un 10,75% de cuota en el mercado, frente al 6,41% que supusieron las exportaciones españolas.

Las cantidades comercializadas por Alemania e Italia comienzan a ser representativas a partir de marzo, pero continúan siendo muy inferiores a las emitidas desde España. El comportamiento de la exportación de fresa en estos países ha sido diferente, mientras los envíos alemanes han mermado en casi un 15%, las cantidades vendidas desde Italia se mantenido prácticamente constantes.

Egipto es el segundo país no comunitario que introduce más volumen de fresa en Europa y lo hace desde diciembre a febrero, teniendo una mayor producción temprana que Marruecos. Estos dos países no suponen todavía una competencia fuerte en este producto; a pesar de contar con un enorme potencial, emiten menos cantidades que España con una participación porcentual en el total relativamente pequeño. Hasta ahora se han mostrado como envíos complementarios a los de las zonas productoras europeas que en algunos casos reexportan el producto para completar el calendario de oferta a los distintos mercados. Aún así, estos países y también Turquía, tienen un gran potencial productor/exportador, que podría posicionarlos en un futuro como serios competidores de la fresa de Huelva tanto en cantidad como en amplitud del periodo de oferta.

No obstante, se puede afirmar que seguimos siendo líderes en el mercado durante el periodo analizado, principalmente entre los meses de febrero a junio, con más del 45% de la cuota de mercado, y un máximo de la misma en abril y mayo con un 78,30 y un 67,09%, respectivamente.

El valor de las importaciones de la Unión procedentes de los países comunitarios ha aumentado un 2,18% respecto a la campaña anterior, lo que implica mejores cotizaciones si se tiene en cuenta que las cantidades importadas han disminuido en un 3,32%. De los países comunitarios, tan solo Holanda e Italia han aumentado el valor de sus exportaciones a la Unión, habiendo presentado el resto de países una tendencia negativa. Los países no comunitarios han manifestado también una tendencia a la baja en valor y volumen.

Tabla 11. Exportaciones de fresa de nuestros principales competidores

	Miles de euros			Tm		
	08-09	09-10	% var.	08-09	09-10	% Var.
Alemania	31.502,85	29.875,52	-5,17	15.154	12.918	-14,75
Bélgica	56.573,73	53.044,10	-6,24	18.488	18.752	1,43
España	389.940,94	380.840,90	-2,33	226.661	216.223	-4,61
Francia	36.543,66	28.436,49	-22,18	19.859	14.929	-24,82
Holanda	92.531,67	97.074,66	4,91	28.579	26.131	-8,57
Italia	25.281,58	33.059,41	30,76	12.111	12.175	0,53
Otros INTRA UE-27	38.132,10	62.815,97	64,73	26.450	34.627	30,92
TOTAL INTRA UE-27	670.506,52	685.147,05	2,18	347.300	335.755	-3,32
Egipto	36.957,15	32.175,00	-12,94	11.831	11.296	-4,52
Marruecos	33.398,70	27.076,90	-18,93	18.234	16.794	-7,90
Otros EXTRA UE-27	11.929,42	10.269,75	-13,91	10.251	10.161	-0,88
TOTAL EXTRA UE-27	82.285,27	69.521,65	-15,51	40.317	38.251	-5,12

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

España es el quinto productor mundial de naranja después de Brasil, India, México y China. Sin embargo, continúa siendo líder en la exportación de este cítrico a la UE con 1.008.156 toneladas, un 10,40% menos que durante la campaña anterior. El descenso de las exportaciones se debió, como ya se ha comentado, a que los cultivos de naranja se han visto afectados por las lluvias invernales, al igual que los cultivos de fresa, lo que ha provocado un descenso de la producción y de la exportación.

El segundo exportador, pero a gran distancia en cuanto a kilos enviados, se sitúa Grecia con 204.139 toneladas. Este país ha incrementado en un 83,22% el volumen introducido en el mercado comunitario pasando de ser el quinto exportador de este producto a la posición actual. En general, los países mediterráneos son potenciales competidores de las producciones españolas ya que producen producto en épocas similares. Italia, por

ejemplo, tiene una mayor presencia en el mercado de enero a abril con un máximo de relevancia en el mismo durante febrero, alcanzando el 10,09% del total importado por la Unión durante ese mes. La UE-27 ha aumentado sus importaciones desde Egipto en un 7,38%, las mismas se concentran de diciembre a junio, periodo similar a las importaciones españolas. Las cantidades enviadas por Túnez, Israel o Turquía son muy inferiores a las de España, pero como hemos indicado anteriormente, son potenciales competidores.

Sudáfrica es el tercero en el *ranking*, aunque sus envíos se concentran en los primeros meses de la campaña. En septiembre ha representado un 46,85% del total importado por la Unión en dicho mes. En octubre la cuota se ha reducido al 30,28% y después ha desaparecido prácticamente del mercado hasta junio. Aunque las exportaciones de este país se han visto mermadas con respecto a la campaña anterior, las expectativas son que continúe creciendo en cuanto que abastece el hemisferio norte fuera de temporada.

Holanda, Alemania y Reino Unido, a pesar de no ser productores de esta fruta, se han posicionado entre los diez primeros exportadores de naranja al mercado europeo tras España, de manera que han mantenido un flujo constante de producto durante los meses analizados. Holanda, que aparece como el cuarto exportador de naranja a la Unión, ha presentado sus cuotas de mercado más altas en septiembre y octubre con un 9,93 y un 23,45%, respectivamente. En noviembre comenzó a disminuir sus envíos reduciendo su cuota al 7,65%. A partir de ese momento, representa entre un 3 y un 4% del total de las importaciones de la Unión cada mes hasta llegar a junio que vuelve a aumentar las cantidades enviadas. Holanda reexporta producto procedente de España, Sudáfrica, Marruecos y Egipto, entre otros. Alemania, por su parte, ha mantenido una cuota de mercado situada entre el 1 y el 3%, tan sólo en los meses de noviembre y diciembre ha alcanzado un máximo de producto vendido que ha supuesto un 4% del total en esos meses. Reexporta producto español, principalmente. Reino Unido se ha mantenido muy estable con una presencia en el mercado que ha supuesto entre un 1 y un 2% del total a lo largo de los meses del periodo analizado. La mayor parte de su exportación procede de Egipto, España, Sudáfrica y Marruecos.

Argentina y Uruguay han aumentado las exportaciones de producto a Europa; éstas se concentran en los meses de septiembre y octubre, en los que han mantenido la misma cuota en el mercado que España. Sin embargo, a pesar de ser el primer productor mundial, Brasil ha disminuido sus envíos. Se prevé que los acuerdos comerciales entre la Unión y los países del MERCOSUR faciliten la entrada de naranjas coincidiendo

con el principio de la campaña onubense, momento en el que se alcanzan las mejores cotizaciones. Pero también será posible ampliar el periodo de oferta para satisfacer la demanda de los consumidores. De momento, la entrada de producto se encuentra retenida por la ausencia de dichos acuerdos y los problemas fitosanitarios que están teniendo en los últimos años.

A pesar de que el panorama internacional puede complicarse en un futuro, España sigue siendo el principal exportador de naranja a la UE desde noviembre a mayo, con una cuota de mercado superior al 50% y alcanzando un máximo del 60% en noviembre y diciembre.

En cuanto al valor de las importaciones de la Unión, los países comunitarios que han mejorado su posicionamiento en el mercado con respecto a la campaña anterior son Grecia, Italia y Holanda, que además de incrementar el valor de sus envíos, han aumentado el volumen de kilos introducidos. España, ha mejorado sus cotizaciones pero éstas se corresponden con un retroceso de las cantidades exportadas. Dentro de los países no comunitarios, Argentina y Egipto también han mejorado con mayores entradas de producto y un incremento en el valor de las mismas. El resto de países han presentado descensos en valor y volumen.

Tabla 12. Exportaciones de naranja de nuestros principales competidores

	Miles de €			Tm		
	08-09	09-10	% Var.	08-09	09-10	% var.
Alemania	34.709,14	33.939,16	-2,22	54.896	48.766	-11,17
España	631.310,87	656.730,87	4,03	1.125.151	1.008.156	-10,40
Grecia	51.949,51	90.637,47	74,47	111.417	204.139	83,22
Holanda	82.512,10	97.677,71	18,38	139.902	143.448	2,53
Italia	35.576,70	63.498,25	78,48	52.283	112.782	115,71
Otros INTRA UE-27	64.510,11	56.071,44	-13,08	111.617	97.098	-13,01
TOTAL INTRA UE-27	900.568,44	998.554,90	10,88	1.595.267	1.614.388	1,20
Argentina	23.366,89	24.914,75	6,62	47.712	54.354	13,92
Egipto	56.586,62	64.101,48	13,28	120.806	129.722	7,38
Marruecos	46.514,44	45.391,39	-2,41	89.291	86.089	-3,59
Sudáfrica	122.612,81	105.395,72	-14,04	247.458	191.969	-22,42
Otros EXTRA UE-27	89.063,63	73.811,05	-17,13	188.074	149.357	-20,59
TOTAL EXTRA UE-27	338.144,38	313.614,39	-7,25	693.342	611.490	-11,81

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

En cuanto a la mandarina, España es el segundo productor mundial tras China. Y, al igual que en el resto de productos analizados, es el principal suministrador de mandarina a Europa con 867.855 toneladas. Es muy probable que el éxito de las variedades de clementina que se producen le ayude a mantener esta posición. Durante esta campaña, ha mantenido el dominio del mercado europeo desde octubre hasta abril con cuotas entre el 70 y el 80% del volumen total importado por la Unión, a pesar de haber disminuido sus envíos en un 8,66%. Este descenso se debe también a la menor producción que ha tenido España a causa de las lluvias invernales.

Marruecos es el segundo exportador en importancia de mandarinas frescas al mercado comunitario. Aún así, su presencia ha supuesto más del 10% de la cuota tan sólo en los meses de enero y febrero.

Francia y Alemania, además de ser exportadores de este cítrico a la Unión, son los principales destinatarios de las importaciones europeas. De hecho, Francia recibe el 27% de las mandarinas enviadas desde España y el 32,55% de las enviadas desde Marruecos. Alemania, a su vez, importa el 34,95% de las mandarinas de origen español. Las aportaciones de este país al mercado comunitario proceden de la reexportación de producto de España. Holanda también reexporta producto de Marruecos, España y Sudáfrica, principalmente. Este último país ha mantenido entradas constantes de producto durante todos los meses de la campaña.

Argentina y Uruguay han mermado sus exportaciones a la UE en esta campaña. No obstante, la situación con respecto a esta fruta es similar a la de la naranja, de manera que sus envíos se prevén mayores de firmarse los acuerdos UE-MERCOSUR. Brasil por su parte, es el tercer productor mundial de mandarina y sus exportaciones a Europa son minoritarias. Lo que se debe a diversos factores principalmente arancelarios y fitosanitarios, ya que están teniendo problemas de *cancro cítrico* (*Xanthomonas axonopodis* pv. *Citri*).

El valor de las importaciones comunitarias ha aumentado un 11,72% frente al descenso de volumen enviado (-3,23%). Esto significa un incremento de las cotizaciones medias de esta fruta durante este periodo. Todos los países comunitarios destacados en la Tabla 13, excepto España, han mostrado un crecimiento en valor y cantidad. Los países no comunitarios, en general, han mejorado su posición en el mercado con incrementos en valores y volúmenes. Israel y Marruecos mantienen la misma tendencia que el conjunto de países terceros. Argentina y Sudáfrica, sin embargo, han disminuido las toneladas exportadas así como el valor de las mismas.

Tabla 13. Exportaciones de mandarina de nuestros principales competidores

	Miles de euros			Tm		
	08-09	09-10	% Var.	08-09	09-10	% Var.
Alemania	21.641,59	31.100,77	43,71	23.868	29.139	22,08
España	744.575,27	806.087,12	8,26	950.106	867.855	-8,66
Francia	11.127,53	13.053,51	17,31	10.938	13.338	21,94
Grecia	3.466,51	7.276,06	109,90	6.421	13.634	112,32
Holanda	24.242,42	32.478,23	33,97	26.352	35.693	35,45
Italia	23.489,92	43.900,34	86,89	33.369	65.236	95,50
Otros INTRA UE-27	22.806,40	17.241,51	-24,40	27.892	19.161	-31,30
TOTAL INTRA UE-27	851.349,62	951.137,54	11,72	1.078.947	1.044.056	-3,23
Argentina	4.842,70	4.193,13	-13,41	7.221	5.710	-20,92
Israel	8.055,38	13.217,81	64,09	6.098	10.881	78,45
Marruecos	52.256,46	79.081,81	51,33	69.443	99.202	42,85
Sudáfrica	15.529,00	15.452,74	-0,49	20.350	17.975	-11,67
Otros EXTRA UE-27	5.830,14	11.309,16	93,98	7.320	14.410	96,87
TOTAL EXTRA UE-27	86.513,69	119.061,52	37,62	110.431	142.468	29,01

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

6.3. Evolución de las importaciones

El volumen de las importaciones onubenses se ha incrementado en un 59,1%, pasando de 10.556 toneladas en la campaña 2008-2009 a 13.323 en la actual. El principal producto importado ha sido la fresa, cuyo volumen ha aumentado en un 21,6% respecto a la campaña anterior. A continuación le sigue la frambuesa, con un crecimiento muy significativo, pasando de 100 toneladas en el ejercicio anterior a 902 en éste.

La Tabla 14 nos muestra que las importaciones han representado un 5,2% del total exportado y que las entradas de fresa y frambuesa suponen un 5,4 y un 10,4% respectivamente, de la exportación de estos productos.

Tabla 14. Importación y exportación de frutas en la campaña 2009/2010. En toneladas

Producto	Exportación Tm	Importación Tm	Import/Export %
Fresas	186.135	10.053*	5,4
Naranjas	22.099	15	0,1
Mandarinas	14.069	0	0,0
Frambuesas	8.677	902	10,4
Melocotones	3.795	14	0,4
Ciruelas	2.671	2	0,1
Arándanos	5.859	271	4,6
Otros	11.893	2.066	17,4
Total	255.198	13.323	5,2

**Dato estimado a partir de datos publicados por la Dirección General de Aduanas no se han considerado las importaciones de Francia y Reino Unido, ya que se han considerado como erratas.*

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

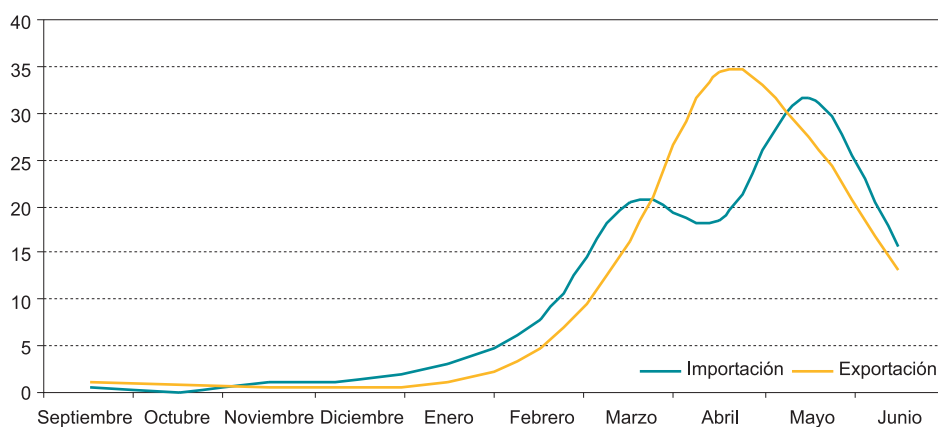
El aumento de las importaciones puede significar dos fenómenos muy diferentes en estos productos. Puede tratarse de una forma de complementar la oferta, alargando el periodo de abastecimiento al mercado, o un indicativo de la sustitución de la producción de producto local por foráneo. Sin embargo, dadas las características de la pasada campaña, lo más probable es que se hayan debido a la necesidad de cumplir acuerdos comerciales previos y complementar pedidos desde origen.

A continuación se analiza el comportamiento mensual de importaciones y exportaciones de fresa y frambuesa con objeto de conocer hacia cuál de los dos fenómenos se acercan.

En el caso de la fresa, las exportaciones onubenses presentaron un mejor comportamiento que el resto durante los primeros meses de la campaña (septiembre y octubre) y en los meses de marzo, abril y mayo. Desde noviembre hasta principios de marzo ha ganado terreno la producción de otras zonas, así como a partir de mediados de mayo. Teniendo presente que los volúmenes importados son muy inferiores a los producidos, se puede afirmar que se trata de un complemento de la oferta de la provincia y que el sector fresero se esfuerza por adaptarse a la demanda y necesidades de sus clientes.

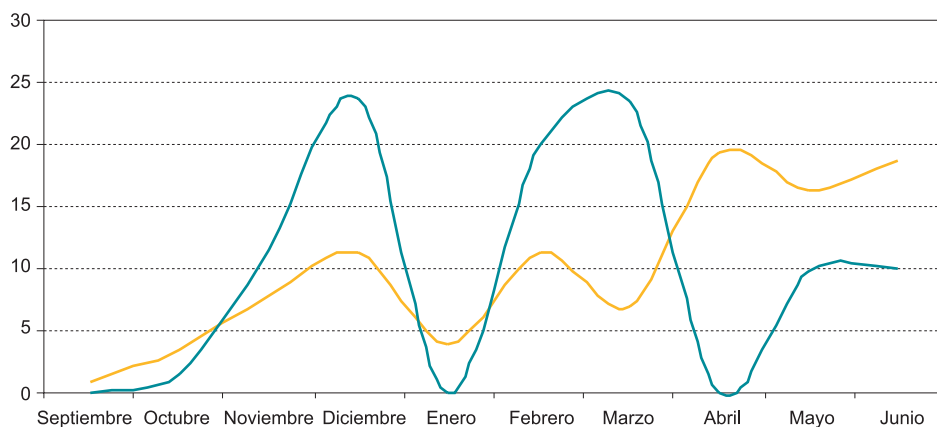
Como se puede observar en el Gráfico 19, las importaciones de frambuesa se concentran en los meses de diciembre, febrero y marzo, repuntando una vez más en mayo y junio. Esos momentos son coincidentes con los picos de exportación de producto; lo que implica nuevamente, dado las cantidades importadas, una complementariedad de la producción local.

Gráfico 18. Concentración de las importaciones y exportaciones de fresa. En porcentaje



Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

Gráfico 19. Concentración de las importaciones y exportaciones de frambuesa. En porcentaje



Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.

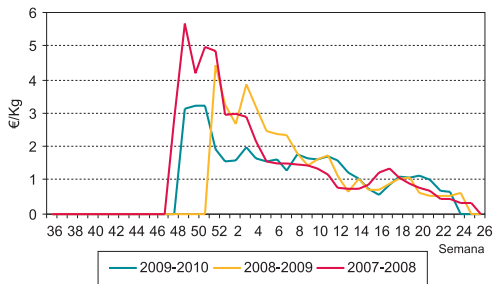


7. Anexos

7.1. Anexo I. Evolución de precios medios semanales

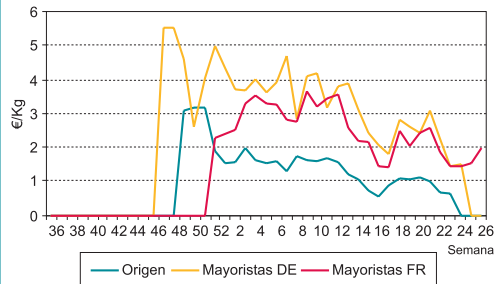
FRESA

Gráfico A1. Precios medios semanales de fresa en origen



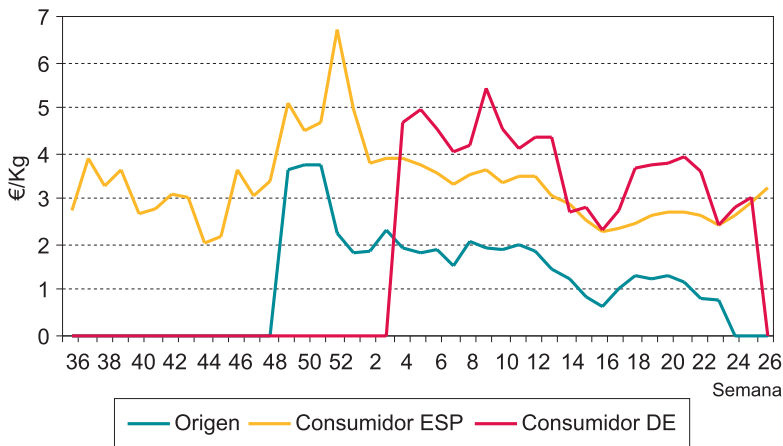
Fuente: Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Gráfico A2. Comparación de precios medios semanales de fresa en origen y mercados alemanes y franceses



Fuente: Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía y Secretaría General de Comercio Exterior. Elaboración propia.

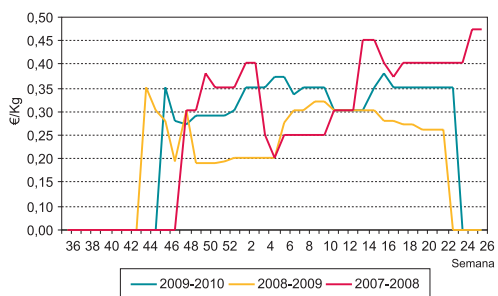
Gráfico A3. Comparación de precios medios semanales de fresa en origen y supermercados nacionales y alemanes



Fuente: Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía y Fepex. Elaboración propia.

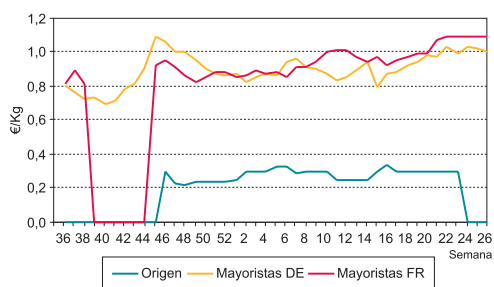
NARANJA

Gráfico A4. Precios medios semanales de naranja en origen



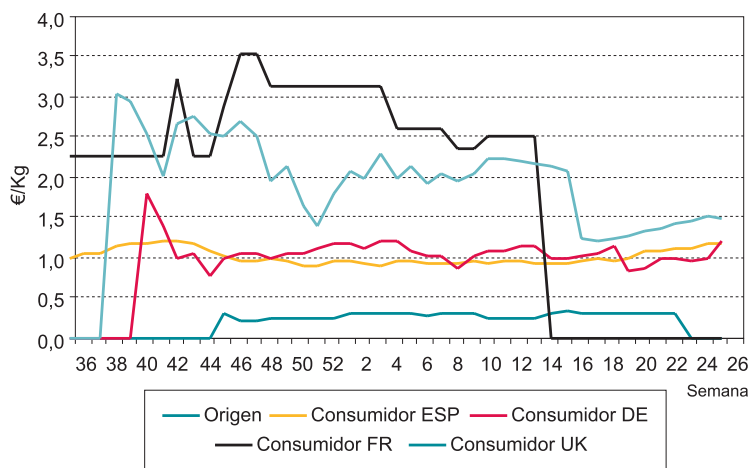
Fuente: Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Gráfico A5. Comparación de precios medios semanales de naranja en origen y mercados alemanes y franceses



Fuente: Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía y Secretaría General de Comercio Exterior. Elaboración propia.

Gráfico A6. Comparación de precios medios semanales de naranja en origen y supermercados nacionales, alemanes, franceses e ingleses

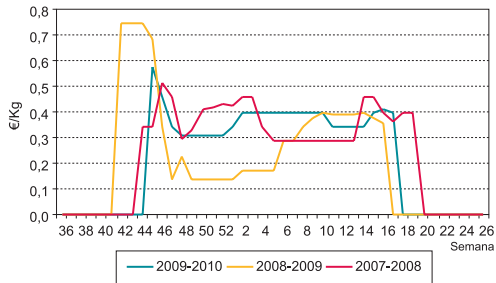


Fuente: Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía y Fepex. Elaboración propia.



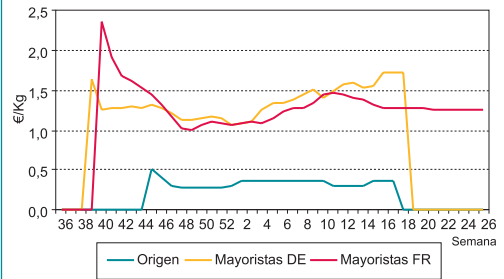
MANDARINA

Gráfico A7. Precios medios semanales de mandarina en origen



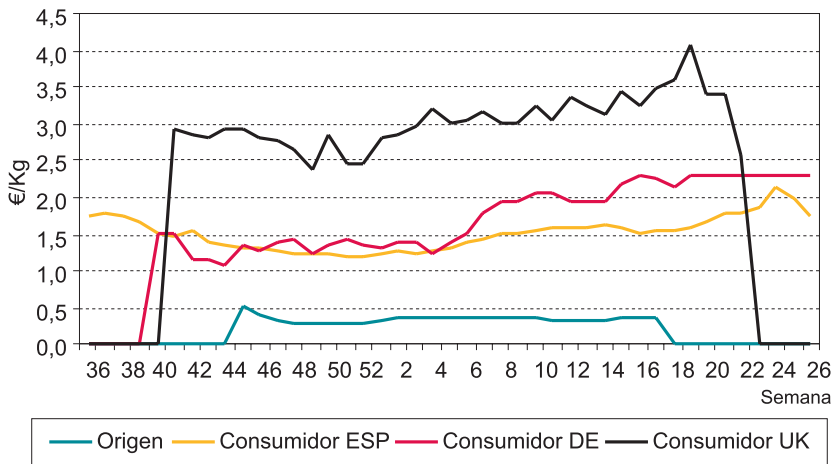
Fuente: Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Gráfico A8. Comparación de precios medios semanales de mandarina en origen y mercados alemanes y franceses



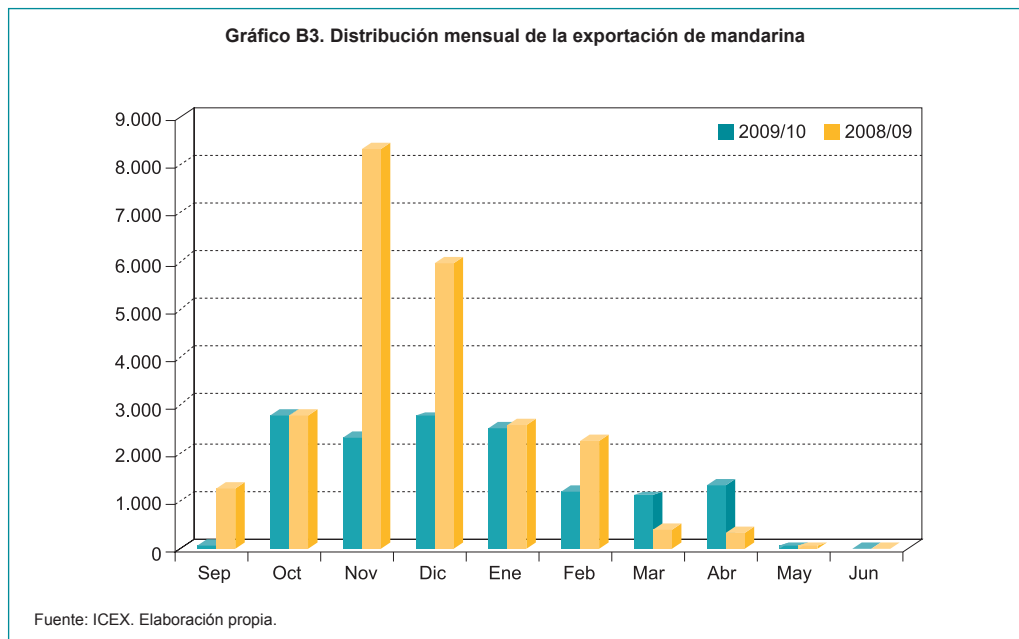
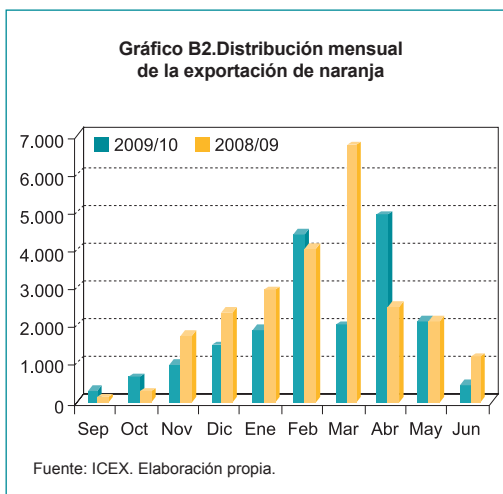
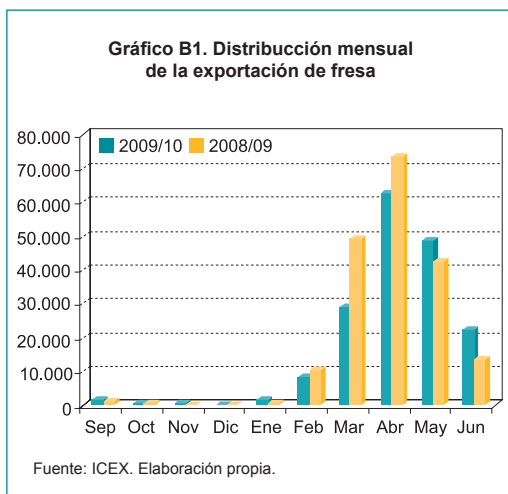
Fuente: Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía y Secretaría General de Comercio Exterior. Elaboración propia.

Gráfico A9. Comparación de precios medios semanales de mandarina en origen y supermercados nacionales, alemanes e ingleses



Fuente: Observatorio de Precios de la Junta de Andalucía y Fepex. Elaboración propia.

7.2. Anexo II. Distribución mensual de la exportación



7.3. Anexo III. Metodología del cálculo de costes de cultivo

7.3.1. FRESA

El análisis de la estructura de costes recogido en este informe se apoya, fundamentalmente, en los datos recopilados a lo largo de una campaña en dos explotaciones del término municipal de Cartaya, que cuentan con una superficie de 6 y 1,3 ha, respectivamente. La amplia documentación recopilada a partir del trabajo de campo ha permitido conocer la evolución diaria de todas las partidas de costes a lo largo del periodo estudiado. Asimismo, se ha contado con información relativa a los costes generales de producción aportados por una cooperativa representativa del sector onubense.

No obstante, hay que tener en cuenta que, a pesar de la significación de los ejemplos escogidos, cada explotación individual desarrolla sus propias prácticas de producción, siendo imposible sistematizar la multitud de variables que intervienen en cada caso concreto. Por tanto, debe insistirse en que los resultados obtenidos en este estudio reflejan, necesariamente, una distribución genérica, abstracta, de las diferentes partidas en una estructura de costes esquematizada.

Además de la información obtenida por esa vía, se han recopilado y validado los precios de los distintos insumos para la campaña 2009-2010, comparándose con los valores registrados en años anteriores. Si bien los datos globales a nivel nacional están publicados por el Instituto Nacional de Estadística, se mantuvieron entrevistas personalizadas con los responsables de diversos proveedores representativos de la provincia, que presentan altas cuotas de mercado en cada uno de los sectores implicados, con objeto de someterlos a una primera revisión crítica.

El conjunto de los datos obtenidos se ha trasladado a un modelo previamente determinado para la investigación, diseñado específicamente para el estudio de la actividad productiva y basado en la metodología de costes por actividades. En consecuencia, como paso previo se identificaron las actividades en la que se consumen los recursos disponibles, clasificándose para su análisis en tres grandes apartados: plantación, cultivo y recolección. A dichos apartados se añadieron, lógicamente, los costes indirectos, de comercialización y de amortización. Finalmente, dentro de cada una de las actividades se ha distinguido entre costes de mano de obra y de adquisición de insumos.

A continuación se especifican en detalle los elementos considerados dentro de cada uno de los apartados.

1. PLANTACIÓN

- **Preparación del terreno.** Se incluye en este epígrafe el uso de maquinaria para remover y aplanar el terreno, así como la posterior construcción de lomos (en función del tamaño de las explotaciones, lo anterior se realizará como tarea subcontratada o con maquinaria propia, siendo la primera opción la mayoritaria); así como los riegos de acondicionamiento (por aspersión), que igualmente pueden realizarse con equipo propio o alquilado; y, finalmente, la enmienda y el abonado de fondo. En ocasiones, y en función del tipo de terreno, se realiza un abonado de base orgánica o abono específico, si bien es cierto que esta opción es cada vez menos frecuente, controlándose el proceso con una fertilización dirigida. Los costes que generan dichas operaciones quedan reflejados como gasto de actividad subcontratada o como amortización de maquinaria y mano de obra. Finalmente, la desinfección del suelo engloba tanto la fumigación previa a la plantación, destinada al control de artrópodos, hongos del suelo, nematodos y hierbas; como la necesaria comprobación de fugas de la instalación de riego, instalándose una tubería secundaria y conectando las cintas de riego.
- **Plantación y variedades.** En el análisis que sigue no se ha distinguido entre variedades concretas, si bien se trata de un factor relevante en la estructura de costes y la productividad de los cultivos, en tanto que de la variedad escogida y del tipo de plantación dependen, entre otras cuestiones, la altura y ancho de los lomos, la distancia entre plantas y la longitud de líneas. Asimismo, deben tenerse en cuenta cuestiones tales como la distribución de las plantas, el agujereado del plástico y la plantación. Se diferencian las partidas de mano de obra y el importe de la plantas.
- **Limpieza y desmontaje fin de temporada.** Incluye los costes de los trabajos de retirada, eliminación de plásticos y cintas de goteo y, en su caso, desmontaje de estructuras.

2. CULTIVO

- **Riego.** Se han tenido en cuenta el consumo que conlleva el riego por aspersión posterior a la plantación y el riego por goteo durante el cultivo en diferentes programas adaptados al ciclo productivo. En cuanto a los costes de bombeo y suministro de agua, debe notarse que éstos difieren notablemente en función del origen de la misma y del método de irrigación. Por último, también se han incluido en este apartado los trabajos dirigidos al control climático dentro de los invernaderos (ventilación/humedad).
- **Fertilización.** En este apartado se computa el uso de diferentes soluciones fertilizantes (productos y mano de obra), que varían en función del estado fenológico del cultivo.
- **Productos fitosanitarios.** La aplicación de los pesticidas, y por tanto la repercusión de este capítulo en la estructura de costes, dependerá de la intensidad de la presencia de plagas y enfermedades.
- **Maleza.** Además de con la fumigación anterior a la plantación, a lo largo del ciclo de cultivo la maleza suele controlarse manualmente o con la aplicación puntual de herbicidas. En otros casos, puede ser necesario recurrir al uso de maquinaria auxiliar.

3. RECOLECCIÓN

El proceso de recolección del fruto presenta diferentes ritmos de trabajo en función de la variedad, el ciclo productivo y el destino final de la producción (fresco/industria).

- **Mano de Obra:** Como se señaló anteriormente, el estudio de campo previo a este estudio ha permitido recopilar datos diarios de producción y costes de recogida.
- **Materiales y transporte:** Se recogen en este epígrafe el coste de los materiales necesarios para el proceso de recolección (envases, bandejas, cajas). Habitualmente, es la entidad comercializadora la que proporciona dichos envases al productor, que asume su precio en la liquidación final. Por otra parte, también se ha tenido en cuenta si el transporte de la producción desde la explotación a la comercializadora se realiza la realiza el propio agricultor o se subcontrata.

4. COSTES INDIRECTOS

Bajo esta denominación se agrupan los gastos generales que se realizan a lo largo de la campaña que, estando asignados a una misma explotación, no tienen una actividad específica. Se consideran dentro de este epígrafe el pago de seguros y otros relacionados con los costes de personal dedicados a actividades principales.

- **Seguros Generales.** Se consideran tanto las pólizas sobre inversiones como sobre accidentes laborales.
- **Asesoramiento y administración.** Se incluyen el pago de diferentes consumos (teléfono, luz, papelería, varios), así como aquéllos en concepto de salarios de encargados y demás responsables de administración.

5. AMORTIZACION

Se entiende por coste de amortización del capital aquel importe que se necesita cada año para la recuperación de la diferencia resultante entre el precio de compra y el valor de rescate (capital no recuperado), computándose en euros por hectárea. Este concepto presupuestario se ha dividido para su análisis en varias partidas:

- **Tierra.** Se ha tenido en cuenta el valor del suelo rústico en la zona de cultivo. Como media, el valor de adquisición ronda los 60.000 euros por hectárea.
- **Sistema de Riego.** Contempla la bomba eléctrica o, en su caso, de gasoil, necesaria para alimentar el sistema de irrigación. En este sentido, hay que tener en cuenta que el agua para riego se bombea a las líneas principales de la zona de cultivo a través de una estación de filtrado. Las líneas laterales se entierran todos los años en el borde del campo de fresas, conectándose a las líneas principales y a las cintas de riego por goteo. Las primeras suponen un gasto anual, mientras que las segundas tienen una vida media de 3 años.
- **Equipos.** La producción de fresa requiere de equipo especializado, así como de modificaciones en los tractores comerciales. Muchas de ellas se realizan en talleres, por lo que normalmente no están incluidas en el coste de adquisición. Asimismo, es necesario tener presentes los gastos de operación de estos equipos. En consecuencia, el coste global de esta partida se ha subdivido en tres apartados: gastos de amortización, gastos generales (seguros, impuestos) y gastos de operación (combustible, lubricación y reparaciones).

7.3.2. CÍTRICOS

En este informe se presentan los resultados obtenidos aplicando la metodología ya comentada durante tres años sobre una explotación con presencia de dos variedades de cítricos: una variedad de naranja tipo Lane Late (27,4 ha) y otra de mandarina tipo Oro Grande (10,6 ha). Con vistas al análisis de dichos resultados, se han definido dos tipos de actividades: las específicas de producción (costes directos) y las generales asociadas a fincas (costes indirectos). Dichas actividades se han desglosado, a su vez, en 17 tareas generales de producción y otras 10 específicas.

El sistema utilizado permite calcular los costes unitarios de producción, identificando la contribución de cada actividad a la estructura global de costes. En una misma finca con diferentes variedades, esta metodología pone de manifiesto la eficiencia de las prácticas culturales a partir de las diferentes rentabilidades de cada una de las variedades, ofreciendo por tanto una información para la adecuada gestión de las explotaciones. Es decir, que, además de conocer y manejar los costes de los recursos consumidos por las fincas, el sistema se centra en el análisis de costes de las actividades que se desarrollan para la producción de los cítricos, permitiendo valorarlas y tomar decisiones sobre su idoneidad.

El tamaño medio de las explotaciones ha descendido en los últimos años. Hace menos de una década era de 57,6 ha, situándose actualmente entre las 25 y las 30 ha. En este sentido, hay que recordar la presencia de dos tipologías de explotaciones en la provincia de Huelva:

- Mixtas (cítricos/fresa), con un tamaño medio en torno a las 25 ha.
- Especializadas en cítricos, con una superficie superior a las 30 ha.

Asimismo, en cada explotación suele darse una amplia gama de variedades (de 8 a 12 de media). Esta decisión productiva responde no sólo a cuestiones comerciales (precios de mercado), sino que también se planifica con objeto de intentar cubrir los huecos del calendario más rentables. De esta manera, suelen darse períodos de recolección complementarios, que se extienden de septiembre a junio. La prolongación del calendario de trabajo permite, entre otras cuestiones, una cierta estabilización de la demanda de la mano de obra a lo largo de buena parte del año natural.

Las explotaciones presentan alto nivel de tecnificación, si bien no se ha llevado a cabo por el momento ni la poda ni la recolección mecanizadas. Sin embargo, se da la circunstancia de que muchos de los propietarios freseros no tienen formación como agricultores, sino que provienen de otros sectores (como pueda ser el inmobiliario). Este hecho supone que, en ocasiones, se implanten variedades experimentales y novedosas, sin tener en cuenta los determinantes agronómicos o los costes.

Finalmente, entre los principales problemas del sector en la comarca productora se sitúa, sin lugar a dudas, el de la rentabilidad de las explotaciones. La producción fresera exige unas elevadas inversiones iniciales, pero los resultados positivos tan sólo se dan el medio plazo (de hecho, una explotación no comienza a producir con buenos rendimientos y frutos de buena calidad hasta el quinto año de funcionamiento).

En cuanto al destino de la oferta local, la tendencia en los últimos años es a vender un 30% de la producción en los mercados de la zona, mientras que el 70% restante se dirige a comercios levantinos. Se está generalizando la venta en árbol a los denominados marquistas, con quienes consiguen mejores precios que comercializando individualmente o agrupados en Organizaciones de Productores (OPFH).