

El sector hortícola español en 2013

Juan Carlos Pérez Mesa

José Ángel Aznar Sánchez

Emilio Galdeano Gómez

(Universidad de Almería)

(CeIA3, Campus de Excelencia Internacional en Agroalimentación)





cátedra **cajamar** de economía y agroalimentación
Universidad de Almería



EL SECTOR HORTÍCOLA ESPAÑOL EN 2013

© 2015 del texto y las imágenes que se reproducen (excepto mención expresa): los autores

© 2015 de la edición: Cajamar Caja Rural

Edita: Cajamar Caja Rural

www.publicacionescajamar.es
publicaciones@cajamar.com

Diseño y maquetación: Beatriz Martínez Belmonte

Depósito Legal: AL-2924-2007

Fecha de publicación: mayo 2015

Impreso en España / *Printed in Spain*

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

Índice

1. Informe ejecutivo.....	07
2. Contexto internacional y política sectorial	14
2.1. <i>Producción y exportación mundial</i>	14
2.2. <i>El mercado hortícola en la UE.....</i>	24
2.3. <i>Política sectorial de la UE</i>	36
3. Estructura del sector	46
3.1. <i>Superficie de cultivo</i>	46
3.2. <i>Producción y rendimientos</i>	55
4. Costes de producción, resultados económicos y cadena de valor.....	67
4.1. <i>Costes de producción y resultados técnicos-económicos de las explotaciones.....</i>	67
4.2. <i>Cadena de valor</i>	84
5. Distribución y consumo	97
5.1. <i>Fórmulas de distribución y precios en el canal.....</i>	97
5.2. <i>Consumo.....</i>	108
6. Exportación.....	111

1. Informe ejecutivo

Con el presente documento se pretende ofrecer una amplia descripción del sector de las hortalizas en España, analizando algunas de las variables más relevantes y empleando para ello los datos estadísticos referidos a las últimas campañas para estos productos.

El estudio se ha dividido en diversos apartados. En primer lugar, se muestra una panorámica general de las hortalizas en el ámbito de la producción y comercialización mundial. Así mismo, se analiza la situación del mercado hortícola de la Unión Europea (UE) y la política sectorial. En segundo lugar, se describen los aspectos más importantes de la estructura sectorial en nuestro país. En tercer lugar, se analizan los costes y variables relativas a los resultados económicos en el contexto de las explotaciones españolas, así como de la cadena de valor. En cuarto lugar, se ofrecen datos sobre los canales y las formas de distribución comercial, así como los rasgos básicos del consumo de hortalizas en España. Y en el último apartado, se analizan las exportaciones de hortalizas españolas centrándose en tomate, pimiento, pepino, berenjena, calabacín y lechuga.

En lo referente al contexto productivo internacional, la producción mundial hortícola ha cambiado de forma relevante en los últimos 20 años. Esta se ha duplicado de forma paralela al incremento que la población ha experimentado en los principales productores: China e India. Estos dos países representan el 60 % del total. Solo China, en este periodo, ha multiplicado por cuatro su cosecha. Estados Unidos y Turquía terminan de conformar el núcleo fundamental de países productores.

La hortaliza más importante es el tomate al representar el 14 % del conjunto hortícola. Le siguen el pepino (6 %) y la berenjena (4,5 %). La producción mundial de tomate fresco supera los 160 millones de toneladas, la mayor parte concentrada en China, India, Estados Unidos y Turquía. El pepino es la hortaliza que mayor concentración productiva presenta. Solo China supone el 74 % del total. La situación de la producción mundial de berenjena no es muy distinta a la del resto de productos: la cosecha se ha multiplicado por 4,5 en veinte años y duplicado en tan solo siete. China e India suman el 85 % del volumen mundial.

El comercio mundial se ha multiplicado por diez en los últimos 25 años. A pesar de esto, la exportación de hortalizas apenas alcanza el 7 % de la producción. Los productos con más compra-venta interna-

cional son, en este orden, tomate, pimiento y pepino. En el año 2013, se exportó por un valor de 61.500 millones de dólares (43.000 millones de euros) y más de 40 millones de toneladas. El panorama mundial cambia de forma relevante al utilizar el comercio como variable de comparación. China ya no es el país referente, tal y como ocurría al tener en cuenta la producción. Holanda es el primer exportador mundial con un porcentaje del 13 %. China es el segundo país en importancia. España ocupa el tercer puesto dentro de este *ranking*, por delante de países mayores como es el caso de México y Estados Unidos. Con respecto a la importación, las dos principales áreas son la UE y Norte América. Estados Unidos ocupa la primera posición con un 14 % de las compras mundiales; sin embargo, tres países de la UE, como son Alemania, Reino Unido y Francia, suman un 25 %. Rusia y Holanda, este último país mostrando su capacidad de reexportación, son también importantes compradores. En este contexto, China debe ser vista como un país exportador. Su potencial vendedor puede ponerse de relieve, en los próximos años, en mercados como Rusia o el este de la UE.

Respecto a la política sectorial, en la actual reforma de la Política Agraria Común (PAC), iniciada en 2013, se está a la espera del desarrollo de la nueva OCM (Organización Común de Mercados) del sector, aunque los acuerdos hasta ahora adoptados indican pocos cambios significativos en la políticas anteriores para estos productos. Las hortalizas continúan enmarcadas en el Reglamento (CE) 1234/2007, por el que se crea una Organización Común de Mercados agrícolas y se establecen disposiciones específicas para determinados productos agrícolas. A nivel estatal, esta normativa europea derivó en la publicación del Real Decreto 1337/2011, por el que se regulan los fondos y programas operativos de las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH). En 2012 el total de esta ayuda en el conjunto español superó los 180 millones de euros. Por comunidades autónomas, tres de ellas gestionan el 73,4 % de las ayudas: Andalucía, Murcia y Comunidad Valenciana. No en vano, se trata de las comunidades con mayor número de organizaciones de productores (en su conjunto, un 60 % del número total en España). Dentro de las medidas subvencionables en España destacan la planificación de la producción, la mejora de la comercialización, el mantenimiento o mejora de la calidad y las medidas medioambientales. Estas cuatro medidas sumaron en 2012 el 90 % del total.

Otros puntos importantes dentro de la política comunitaria son los acuerdos comerciales con terceros países. Destacan los realizados con

países del área mediterránea o EUROMED. Actualmente estos acuerdos incluyen a los países miembros de la UE y a 16 socios del Mediterráneo y Oriente Próximo: Argelia, la Autoridad Palestina, Chipre, Egipto, Israel, Jordania, Líbano, Libia, Malta, Marruecos, Mauritania, Mónaco, Siria y Túnez, más Turquía (candidato actual a la UE). Además, recientemente se incluyen a Albania, Bosnia-Herzegovina y Montenegro, como potenciales candidatos a la UE. En la actualidad, el más preocupante es el establecido con Marruecos, país que ha incrementado sus envíos hortícolas de forma relevante en los últimos veinte años, pero que, sin embargo, en la actualidad, muestra signos de estabilidad exportadora. La reforma de la PAC ha modificado, a partir del 1 de octubre de 2014, el régimen de precios de entrada en la UE. Con ello se ha intentado mejorar el sistema de control de precios de las importaciones de terceros países incluyendo el tomate de Marruecos. Sin embargo, el mecanismo sigue siendo deficiente.

La superficie dedicada al cultivo de hortalizas en España ha disminuido a lo largo de la última década (13,6 %), alcanzando el mínimo en el año 2012. No obstante, esta disminución de la superficie no ha tenido la misma magnitud en las diferentes tipologías de cultivo. Así, la superficie hortícola de secano es la que más ha disminuido (38,9 %), seguida de la superficie hortícola de regadío (13 %) y de la superficie hortícola protegida (5,3 %). Esta reducción de la superficie se da en tomate, pimiento y lechuga, mientras que se incrementa en pepino, berenjena y calabacín. Se mantiene la tradicional orientación al cultivo del tomate que representa el 40,2 % del total de la superficie de las hortalizas consideradas, seguido de la lechuga con el 27,5 % de la superficie y el pimiento con el 14,4 %. El desglose por CCAA y tipo de cultivo pone de manifiesto diferentes niveles de concentración y especialización: en tomate, Andalucía y Extremadura continúan siendo las regiones más importantes acumulando entre las dos más del 73 % de la superficie nacional; en pimiento, pepino, berenjena y calabacín, Andalucía es la comunidad autónoma más importante acumulando más del 60, 86, 77 y 75 %, respectivamente; y en lechuga, Murcia y Andalucía son el referente al aglutinar entre las dos más del 76 % del total de la superficie nacional.

A pesar de la caída de la superficie, la producción de hortalizas en España se ha mantenido a lo largo de la última década ya que apenas ha crecido un 0,6 %. La distribución de la producción por tipos de hortalizas revela un incremento en todas las consideradas excepto en pimiento y lechuga, y el mantenimiento de su tradicional especialización.

Así, la producción de tomate sigue siendo la dominante con un 55,1 %, seguida del pimiento con un 13,2 %, la lechuga con un 11,9 % y el pepino con un 10,2 %. A nivel territorial, en el caso del tomate, Andalucía y Extremadura continúan siendo las dos comunidades autónomas más importantes acumulando entre las dos más del 74 % de la producción nacional; en pimiento, pepino, berenjena y calabacín Andalucía es la comunidad autónoma más importante acumulando más del 65, 90, 87 y 84 %, respectivamente; y en lechuga, Murcia y Andalucía siguen siendo los referentes al aglutinar entre las dos más del 74 % del total de la producción nacional.

La evolución de los rendimientos en los diferentes cultivos de hortalizas ha sido muy variable a lo largo de la última década, marcada fundamentalmente por las oscilaciones en la producción, aunque en términos generales la tendencia ha sido positiva. Así, el rendimiento medio ha aumentado bastante en la berenjena (un 51,2 %), ha mejorado de manera notable en tomate (23,8 %), pepino (22,3 %) y pimiento (20,9 %), ha crecido ligeramente en calabacín (8,1 %), y solo ha disminuido en lechuga (un 5,4 %). Detrás de esta mejora global de los rendimientos de las hortalizas consideradas está el mayor peso relativo que actualmente tienen los cultivos de regadío protegidos frente a los desarrollados al aire libre, puesto que presentan unos rendimientos muy superiores. La mayor parte de la producción tiene como destino el consumo en fresco (74,8 %), pero las ventas para la transformación han ganado participación hasta situarse en el 20,4 %. Aunque en todas las hortalizas consideradas el destino principal de la producción es la venta en fresco, su predominio es casi total en el caso del pepino, berenjena, calabacín y lechuga con porcentajes superiores al 93 %, alcanzándose el máximo en el caso del pepino con un porcentaje del 98,2 %. Por el contrario, en el caso del tomate el 47,7 % del total de su producción se destina a la transformación.

La estructura de los costes de producción viene condicionada por la forma de cultivo de la hortaliza considerada. Así, en el caso de la horticultura que se desarrolla en invernadero su estructura de costes refleja su carácter intensivo en *inputs* y mano de obra. De esta manera, en todos los casos analizados (Andalucía, Murcia y Valencia) la partida de «costes directos» (semillas, plantas, fertilizantes, productos fitosanitarios y otros suministros) es la más importante en todos los cultivos, alcanzándose un máximo en el caso del pimiento en Valencia con el 57,6 % y un mínimo del 33,1 % en el tomate de Andalucía. Y la segunda partida más relevante es la mano de obra (familiar y asalariada) que alcanza un máxi-

mo del 37,8 % en el caso del tomate en Valencia y un mínimo del 22,5 % en el caso del pimiento en Andalucía. En el caso del cultivo de tomate al aire libre analizado en Castilla-La Mancha la estructura de costes cambia y los costes indirectos pasan a ser los más relevantes con un peso del 25,3 % junto a la mano de obra (familiar y asalariada) que representa el 28,3 % del total de los costes. El análisis de los resultados técnico-económicos de las explotaciones en las principales zonas productoras permite mostrar que en Andalucía, Murcia y Valencia se ha obtenido un margen neto positivo para todas las hortalizas cultivadas en invernadero. Además si se incorpora la partida «otros costes indirectos», que incluye la mano de obra familiar, la renta de la tierra y los intereses de otros capitales propios, el resultado es que en todas las hortalizas analizadas se cubren esos costes y se obtiene beneficio. En el caso de la lechuga los rendimientos obtenidos no han permitido cubrir los costes completos de la producción incurriéndose en pérdidas en todos los casos estudiados (Murcia, Valencia y Castilla-La Mancha). En el caso del tomate cultivado al aire libre para el consumo en fresco en Castilla-La Mancha se han obtenido márgenes positivos, mientras que han sido negativos para el cultivo de tomate destinado a la industria.

El análisis del proceso de formación de precios, márgenes y resultados debe ser completado con la identificación de lo que ocurre en cada una de las etapas de la cadena de valor. La cadena de las hortalizas consta de cuatro etapas en cada una de las cuales se realizan actividades con distintos niveles de sofisticación: producción, comercialización en origen, comercialización en destino y venta en tienda. Así, la distribución de costes por etapas permite mostrar que tanto en el canal tradicional como en el moderno la producción y la comercialización en origen son las etapas que más coste asumen, excepto en el caso del pimiento y el calabacín donde la venta en tienda es la segunda más importante por detrás de la producción. En el caso de la cadena de valor de la lechuga la distribución de costes es totalmente diferente puesto que es creciente en cada una de las etapas, siendo la de producción la que genera menos costes. El precio de venta al público (PVP) supone un incremento sobre el precio de origen que oscila entre un mínimo del 250 % para el calabacín en el canal tradicional hasta un máximo del 460 % para la lechuga en el canal moderno. El incremento es en todas las hortalizas superior en este último canal. La suma de los beneficios obtenidos en cada etapa oscila entre un mínimo del 12 % para el tomate en la configuración tradicional hasta un máximo del 42 % para la lechuga en la configuración moderna.

Y también en todos los casos excepto en el del pimiento el beneficio obtenido por el canal moderno es superior al tradicional. El peso de la etapa de producción sobre el PVP sin IVA oscila entre un mínimo del 18 % en la lechuga en el canal moderno y un máximo del 30 % en pimiento y calabacín en el canal tradicional. Y esta parte de la cadena de valor siempre trabaja con pérdidas que oscilan entre un mínimo de un 4 % en el caso de la lechuga hasta un máximo del 37 % en el caso del calabacín.

Del análisis de los canales de ventas de las hortalizas en España, se desprende que el formato dominante es la tienda de proximidad: hoy en día se vende por este sistema el 32 % (en volumen). La venta a través de supermercado es la siguiente en importancia (30 %). El hipermercado y el *discount* tienen una relevancia similar (aproximadamente un 10 %). De forma general, se aprecia que la gran distribución domina el canal. Si se considera el valor de las ventas, el supermercado es la fórmula de comercialización más importante ya que vende a precios más elevados. El supermercado es la forma más cara de venta en la mayoría de las hortalizas, a excepción del tomate y el resto de productos hortícolas no ecológicos, donde el hipermercado vende a precios más altos. El mercado tradicional asegura los precios más bajos.

Es importante destacar que en los productos hortícolas el precio entre la etapa mayorista y la detallista se multiplica por dos. El precio en origen, supone de media, solo el 30 % del valor de venta al consumidor. Esta situación es preocupante ya que es en la etapa de producción y en la de comercialización primaria donde más costes se soportan.

Con respecto al consumo, en general este muestra signos positivos de crecimiento aunque de manera dispar dependiendo del producto. Esto pone en evidencia la escasa eficacia que pueden tener las campañas genéricas de promoción.

En cuanto a la coyuntura exportadora hortícola de España destacan los buenos resultados generales si comparamos los datos de 2013 con respecto a la media de los dos años anteriores. A pesar de lo comentado, con una visión de largo plazo, se observa una estabilización de los ingresos como consecuencia del estancamiento de los precios. Lo que hace crecer la facturación española es, en términos generales, el aumento del volumen comercializado.

Las exportaciones de tomate muestran un producto consolidado, los envíos crecen un 10 % tanto en volumen como en valor. De los destinos típicos, es decir, Alemania, Francia, Reino Unido, Holanda y Polonia,

cabe destacar el aumento del mercado alemán y, sobre todo, el polaco. El este de Europa se ha configurado como un comprador de referencia. Para este producto, el panorama provincial ha sufrido cambios relevantes en los últimos diez años. Almería representa ya más del 55 % de todas las exportaciones españolas. Murcia, Granada, Las Palmas y Alicante suman juntas el 31 %. Además, las exportaciones de Almería crecieron un 8 % en toneladas e ingresos.

El pimiento es el segundo producto en importancia en la exportación hortícola española, sin embargo, supone un 50 % del volumen de las ventas de tomate. Destaca que el destino con mejor comportamiento ha sido el más relevante, es decir, Alemania. Este país ha comprado en el último año, con respecto a la media de los dos últimos ciclos, un 27 % más por un valor un 36 % más elevado. En el lado opuesto, sobresalen Italia, Bélgica, Portugal y Dinamarca. También es necesario reseñar la importancia que están adquiriendo los países del este de Europa, sobre todo, Polonia y República Checa, que representan el 7 % del total de compras. La provincia de Almería suma casi el 70 % de los envíos de pimiento realizados desde España. Coyunturalmente, el comportamiento de este origen ha sido bueno, ya que tanto el volumen comercializado como su valor han crecido respectivamente, un 10 y un 13 %.

En cuanto al pepino, el comportamiento ha sido positivo: se ha exportado un 3 % más cantidad y con mejores precios. Todos los mercados han tenido variaciones positivas en las compras, a excepción de Reino Unido y República Checa. Destacar que Alemania supone el 38 % de las compras y Holanda, segundo importador, solo un 14 %. Almería representa el 66 % de todas las exportaciones de pepino de España. Granada, la segunda provincia en importancia, suma el 12 %.

Con respecto a la berenjena, a diferencia de otros productos, Alemania no es el principal destino. Francia ocupa la primera posición entre los clientes. Este país compra el 32 % de toda la berenjena española. A Alemania llega el 19 % e Italia adquiere otro 12 %. El comportamiento coyuntural de las exportaciones es positivo. Se han incrementado las ventas en volumen un 5 % y en valor un 20 %. La provincia de Almería supone el 72 % de todas las exportaciones españolas.

Para el calabacín, Francia es el principal comprador: este país representa el 35 % de todos los envíos. Alemania compra otro 22 %. En el último año se han incrementado un 3 % las toneladas vendidas, lo que unido a un precio un 16 % más alto, hace que los ingresos crezcan de

forma considerable. Almería representa el 82 % de todas las exportaciones españolas de calabacín. De hecho, esta provincia supone el 54 % de todo el producto comercializado en la UE.

La lechuga española tiene como destino prioritario a Alemania (26 % de las exportaciones). Francia y Reino Unido absorben producto español en porcentajes similares, 16 y 15 % respectivamente. Países Bajos e Italia, e incluso Polonia, también pueden considerarse compradores importantes. En términos generales la coyuntura de la lechuga presenta puntos negativos. Aunque las ventas han crecido un 8 %, los precios han sido más bajos. Esta situación se da en los principales mercados de referencia: Alemania y Francia. Se observa, por tanto, un mercado volátil y sin perspectivas claras. La principal zona exportadora en España es Murcia, representando el 68 % del total. Almería suma el 18 %.

2. Contexto internacional y política sectorial

2.1. Producción y exportación mundial

La producción mundial hortícola ha cambiado de forma relevante en los últimos veinte años (Tabla 1), de manera que se ha duplicado de forma paralela al incremento de la población que han experimentado los principales productores: China e India. Estamos hablando de alimentos que forman parte de la dieta tradicional de los países más orientales, lo que ha provocado que en el caso de China su producción se haya multiplicado por cuatro. Por otro lado, la posición relativa de las zonas productoras apenas ha variado. A China e India, que representan más del 60 % del total mundial, se suman Estados Unidos y Turquía para conformar el núcleo fundamental de países productores. España, ocupa puestos de preferencia, siendo el noveno productor mundial, representando, sin embargo, apenas un 1 % del total.

Por cultivos hay que reseñar que dentro de este conglomerado se incluyen productos heterogéneos, como es el caso de la patata, cuya producción se concentra en China (72 millones de toneladas), India e Irán, lo que desvirtúa a veces el análisis de las estadísticas mundiales. A pesar de lo comentado, el producto hortícola principal es el tomate, que representa el 14 % del total. La segunda hortaliza en importancia es el pepino, que suma un 6 %. La berenjena ocupa el tercer puesto con un 4,5 % del volumen total. Otros productos, como el pimiento, la lechuga, el calabacín y la judía, aunque importantes para España, son minoritarios en el contexto mundial.

Tabla 1. Evolución de la producción mundial de hortalizas. En toneladas

País	Año 2012	%	País	Año 2005	%	País	Año 1990	%
1. China	576.658.849	52	1. China	443.829.146	49	1. China	131.864.457	28
2. India	109.140.990	10	2. India	71.454.657	8	2. India	48.944.659	10
3. EEUU	35.947.720	3	3. EEUU	36.966.378	4	3. URSS	31.692.033	7
4. Turquía	27.818.918	3	4. Turquía	26.359.562	3	4. EEUU	31.374.822	7
5. Irán	23.485.675	2	5. Irán	17.770.286	2	5. Turquía	18.076.020	4
6. Egipto	19.825.388	2	6. Egipto	16.845.982	2	6. Japón	14.468.100	3
7. Rusia	16.084.372	1	7. Rusia	16.126.100	2	7. Italia	14.136.309	3
8. México	13.599.497	1	8. Italia	15.825.463	2	8. España	11.509.859	2
9. España	12.531.000	1	9. España	13.391.165	1	9. Irán	10.394.983	2
10. Italia	12.297.645	1	10. Japón	11.754.900	1	10. Corea	9.948.962	2
11. Nigeria	11.940.600	1	11. México	11.185.380	1	11. Egipto	9.246.481	2
12. Japón	11.351.200	1	12. Nigeria	11.115.881	1	12. Francia	7.498.705	2
13. Brasil	11.054.949	1	13. Corea	10.968.392	1	13. México	6.478.290	1
Otros	227.120.912	20	Otros	198.594.559	22	Otros	123.776.926	26
Total	1.108.857.715	100	Total	902.187.851	100	Total	469.410.606	100

Fuente: FAOSTAT (varios años). Elaboración propia.

La producción mundial de tomate fresco supera los 160 millones de toneladas, la mayor parte concentrada en China, India, Estados Unidos y Turquía (Tabla 2). Estos países, sin tener en cuenta a la extinta URSS, se han situado siempre en los primeros puestos del *ranking* productivo, suponiendo en la actualidad casi el 60 % del total mundial. En este producto también ha existido un incremento acelerado de las áreas cultivadas que, junto a un aumento menos intenso de la productividad, ha llevado a duplicar la cosecha en apenas 22 años. El caso de China es aún más llamativo: este país ha conseguido multiplicar por 4,5 su producción. En cambio, los incrementos de Estados Unidos y Turquía han sido moderados. España es el octavo productor mundial, por debajo de otro país europeo (Italia), aunque la producción española apenas alcanza el 2 % del volumen mundial.

El pepino es la hortaliza que mayor concentración productiva presenta (Tabla 3). Solo China supone el 74 % del total, con más de 48 millones de toneladas, destacando que, en apenas veinte años, ha conseguido incrementar casi ocho veces su producción. El crecimiento mundial es el resultado, en exclusiva, de la explosión productiva en este país, ya que otras zonas relevantes, como Turquía o Irán, apenas han aumentado

sus cifras. España es el principal productor europeo y ocupa el séptimo puesto dentro del *ranking* mundial, representando apenas un 1 % (no llegando al millón de toneladas). Los datos muestran, al igual que ocurre con el resto de hortalizas, que la descomposición de la Unión Soviética, provocó el descenso de la capacidad productiva en su principal heredera, Rusia; siendo una de las razones fundamentales de su actual desabastecimiento, que cubre recurriendo a la importación.

La situación de la producción mundial de berenjena (Tabla 4) no es muy distinta a la del resto de productos. La cosecha se ha multiplicado por 4,5 en 22 años y se ha duplicado en tan solo siete. China e India suponen el 85 % del volumen mundial. La única variación destacable en el tiempo es la aparición de Irán entre los productores. Egipto y Turquía son otros países relevantes. El primer productor europeo es España, seguido de Italia, sin embargo, su representatividad sobre el conjunto es muy baja, apenas un 1 %. España ocupa el noveno puesto mundial justo por delante de Italia. Es destacable, que el paso del tiempo ha hecho perder posiciones a la producción española e italiana como consecuencia del empuje del resto de zonas.

Tabla 2. Evolución de la producción mundial de tomate. En toneladas

País	Año 2012	%	País	Año 2005	%	País	Año 1990	%
1. China	50.125.055	31	1. China	31.618.470	27	1. EEUU	10.927.000	14
2. India	17.500.000	11	2. UUEE	11.918.268	10	2. China	7.758.020	10
3. EEUU	13.206.950	8	3. Turquía	10.050.000	9	3. URSS	7.203.000	9
4. Turquía	11.350.000	7	4. India	8.825.400	7	4. Turquía	6.000.000	8
5. Egipto	8.625.219	5	5. Egipto	7.600.000	6	5. Italia	5.469.068	7
6. Irán	6.000.000	4	6. Italia	7.187.014	6	6. India	4.603.446	6
7. Italia	5.131.977	3	7. España	4.810.301	4	7. Egipto	4.233.842	6
8. España	4.007.000	2	8. Irán	4.781.018	4	8. España	3.160.300	4
9. Brasil	3.873.985	2	9. Brasil	3.452.973	3	9. Brasil	2.260.871	3
10. México	3.433.567	2	10. México	2.800.115	2	10. México	2.157.905	3
11. Uzbekistán	2.650.000	2	11. Rusia	2.295.900	2	11. Grecia	1.844.000	2
12. Rusia	2.456.100	2	12. Nigeria	2.042.861	2	12. Irán	1.600.000	2
13. Ucrania	2.274.100	1	13. Grecia	1.713.580	1	13. Portugal	1.005.000	1
Otros	31.284.936	19	Otros	18.781.932	16	Otros	18.345.229	24
Total	161.918.889	100	Total	117.877.832	100	Total	76.567.681	100

Fuente: FAOSTAT (varios años). Elaboración propia.

Tabla 3. Evolución de la producción mundial de pepino. En toneladas

País	Año 2012	%	País	Año 2005	%	País	Año 1990	%
1. China	48.048.832	74	1. China	30.053.118	75	1. China	6.789.729	38
2. Turquía	1.741.878	3	2. Turquía	1.745.000	4	2. Irán	1.484.721	8
3. Irán	1.600.000	2	3. Irán	1.720.690	4	3. URSS	1.360.000	8
4. Rusia	1.281.788	2	4. Rusia	1.414.010	4	4. Turquía	1.000.000	6
5. Ucrania	1.020.600	2	5. EEUU	960.333	2	5. Japón	931.100	5
6. EEUU	901.060	1	6. Indonesia	552.891	1	6. EEUU	592.830	3
7. España	713.200	1	7. México	475.443	1	7. Holanda	448.100	3
8. México	640.508	1	8. Polonia	468.467	1	8. Polonia	387.547	2
9. Egipto	613.880	1	9. Arabia Saudí	211.598	1	9. Iraq	361.800	2
10. Japón	586.500	1	10. Canadá	191.403	0	10. España	330.225	2
11. Polonia	520.868	1	11. Azerbaiyán	159.754	0	11. México	297.771	2
12. Indonesia	511.525	1	12. Rumanía	142.945	0	12. Egipto	267.000	2
13. Iraq	505.000	1	13. Palestina	132.144	0	13. Indonesia	255.156	1
Otros	6.497.271	10	Otros	1.753.485	4	Otros	3.167.043	18
Total	65.182.910	100	Total	39.981.281	100	Total	17.673.022	100

Fuente: FAOSTAT (varios años). Elaboración propia.

Tabla 4. Evolución de la producción mundial de berenjena. En toneladas

País	Año 2012	%	País	Año 2005	%	País	Año 1990	%
1. China	28.825.265	59	1. China	17.025.102	58	1. China	4.606.128	40
2. India	12.200.000	25	2. India	8.600.800	29	2. India	3.000.000	26
3. Irán	1.300.000	3	3. Egipto	1.155.920	4	3. Turquía	735.000	6
4. Egipto	1.193.854	2	4. Irán	781.968	3	4. Japón	554.400	5
5. Turquía	799.285	2	5. Italia	338.803	1	5. Egipto	385.000	3
6. Indonesia	518.827	1	6. Indonesia	333.328	1	6. Italia	271.368	2
7. Iraq	460.000	1	7. Filipinas	187.793	1	7. España	152.542	1
8. Japón	327.400	1	8. España	163.783	1	8. Irán	150.000	1
9. España	246.600	1	9. Rumanía	124.708	0	9. Iraq	144.300	1
10. Italia	217.690	0	10. Pakistán	88.112	0	10. Indonesia	138.388	1
11. Filipinas	211.854	0	11. EEUU	75.296	0	11. Siria	134.500	1
12. Jordania	177.692	0	12. Arabia Saudí	73.626	0	12. Filipinas	112.704	1
13. Sri Lanka	127.390	0	13. Grecia	68.134	0	13. Sudán	88.000	1
Otros	1.843.703	4	Otros	425.181	1	Otros	912.214	8
Total	48.449.560	100	Total	29.442.554	100	Total	11.384.544	100

Fuente: FAOSTAT (varios años). Elaboración propia.

La producción mundial de pimienta (Tabla 5) suma 31 millones de toneladas. Este producto muestra ciertas diferencias respecto al resto en cuanto a las zonas de producción: existe mayor diversificación. A pesar de que China representa más del 50 % del total, existe una amalgama de países productores con representatividades relevantes, es el caso de México, Turquía, Indonesia, Estados Unidos e, incluso, España. Otra peculiaridad es la existencia de un menor ritmo de crecimiento, que apenas alcanza el 50 % en los últimos diez años. España es el principal productor europeo con más de un millón de toneladas, representando un 3 % de la producción mundial y ocupando el sexto puesto dentro del conjunto. Al igual que pasaba con la berenjena, España ha ido perdiendo posiciones con el paso de las décadas, ya que en el año 1990 llegó a ser el segundo país en producción, justo detrás de China.

Con respecto a la lechuga (Tabla 6), son China y Estados Unidos los países con mayor representatividad: más del 70 % de forma conjunta, aunque solo China suma el 56 %. Es relevante reseñar que, hace veinte años, Estados Unidos era la primera potencia productora, situación que ha cambiado drásticamente como consecuencia del estancamiento de la cosecha en ese país. La India, España o Irán son también países importantes, con representaciones individuales que rondan el 3 %. España ocupa el cuarto puesto en el *ranking* mundial, la mejor posición en comparación con el resto de hortalizas.

La exportación mundial de hortalizas alcanza apenas el 7 % de la producción. En el año 2013, se exportó por un valor de 61.500 millones de dólares (43.000 millones de euros), más de 40 millones de toneladas. El panorama mundial cambia de forma relevante al utilizar el comercio como variable de comparación. China ya no es el país referente, tal y como ocurría al tener en cuenta la producción. Holanda es el primer exportador mundial con un porcentaje del 13 % del total (Tabla 7). China es el segundo país en importancia. España ocupa el tercer puesto dentro del *ranking*, por delante de países mayores, como es el caso de México y Estados Unidos. Es destacable que en los años 1990 y 2005, España era la principal área comercial, sin embargo, el fuerte empuje exportador de China y Holanda ha hecho que estos países ocupen su lugar, ya que han sido capaces de duplicar sus envíos exteriores en menos de diez años. En general, los datos muestran un dinamismo muy alto del comercio hortícola, lo que provoca que la situación pueda cambiar de forma importante en los próximos años.

Tabla 5. Evolución de la producción mundial de pimiento. En toneladas

País	Año 2012	%	País	Año 2005	%	País	Año 1990	%
1. China	16.023.500	51	1. China	12.530.180	60	1. China	3.119.218	29
2. México	2.379.736	8	2. Turquía	1.829.000	9	2. España	900.500	8
3. Turquía	2.072.132	7	3. México	1.617.264	8	3. Turquía	900.000	8
4. Indonesia	1.656.615	5	4. España	1.060.362	5	4. Nigeria	750.000	7
5. EEUU	1.064.800	3	5. Indonesia	1.058.023	5	5. México	633.676	6
6. España	1.023.700	3	6. Corea	395.293	2	6. EEUU	476.500	4
7. Egipto	650.054	2	7. Italia	362.994	2	7. Indonesia	417.000	4
8. Nigeria	500.000	2	8. Argelia	248.614	1	8. Italia	343.720	3
9. Argelia	426.566	1	9. Rumanía	203.751	1	9. Egipto	271.000	2
10. Etiopía	402.109	1	10. Serbia	167.477	1	10. Yugoslavia	251.818	2
11. Túnez	372.768	1	11. Argentina	133.657	1	11. Bulgaria	226.934	2
12. Holanda	345.000	1	12. Etiopía	116.738	1	12. Rumanía	182.033	2
13. Corea	302.015	1	13. Hungría	113.371	1	13. Corea	177.339	2
Otros	3.976.072	13	Otros	1.192.663	6	Otros	2.270.135	21
Total	31.195.067	100	Total	21.029.387	100	Total	10.919.873	100

Fuente: FAOSTAT (varios años). Elaboración propia.

Tabla 6. Evolución de la producción mundial de lechuga. En toneladas

País	Año 2012	%	País	Año 2005	%	País	Año 1990	%
1. China	14.005.000	56	1. China	11.005.539	56	1. EEUU	3.320.000	29
2. EEUU	3.875.520	16	2. EEUU	4.455.456	22	2. China	2.519.760	22
3. India	1.075.000	4	3. Italia	1.010.470	5	3. España	985.000	9
4. España	870.200	3	4. España	993.387	5	4. Italia	910.621	8
5. Irán	570.000	2	5. Francia	468.963	2	5. India	717.000	6
6. Japón	543.000	2	6. México	274.546	1	6. Japón	517.600	4
7. Alemania	420.595	2	7. Irán	247.748	1	7. Francia	485.860	4
8. Turquía	419.066	2	8. Alemania	241.662	1	8. R. Unido	299.335	3
9. México	335.337	1	9. Corea	167.012	1	9. Bélgica	196.500	2
10. Francia	328.338	1	10. Portugal	108.106	1	10. Turquía	186.000	2
11. Italia	324.324	1	11. Grecia	105.032	1	11. Egipto	121.253	1
12. Grecia	127.500	1	12. Canadá	77.328	0	12. México	118.190	1
13. R. Unido	122.000	0	13. Bélgica	76.303	0	13. Holanda	103.800	1
Otros	1.935.262	8	Otros	579.152	3	Otros	1.103.359	10
Total	24.951.142	100	Total	19.810.704	100	Total	11.584.278	100

Fuente: FAOSTAT (varios años). Elaboración propia.

**Tabla 7. Principales exportadores mundiales de hortalizas.
En millones de dólares**

País exportador	Año 2013		País exportador	Año 2005		País exportador	Año 1990	
	Mill. de dólares	%		Mill. de dólares	%		Mill. de dólares	%
1. Holanda	7.906	13	1. España	4.308	12	1. España	1.114	14
2. China	7.871	13	2. Holanda	4.258	12	2. México	989	13
3. España	6.367	10	3. México	3.122	9	3. Tailandia	895	12
4. México	5.504	9	4. China	3.052	9	4. Turquía	395	5
5. EEUU	4.394	7	5. EEUU	2.421	7	5. Canadá	341	4
6. Canadá	4.278	7	6. Bélgica	1.829	5	6. Alemania Fed.	263	3
7. Bélgica	2.812	5	7. Francia	1.812	5	7. Dinamarca	171	2
8. Francia	2.759	4	8. Canadá	1.714	5	8. Australia	171	2
9. Italia	1.789	3	9. Italia	1.084	3	9. Indonesia	164	2
10. Tailandia	1.590	3	10. Alemania	735	2	10. N. Zelanda	124	2
11. Alemania	1.458	2	11. Polonia	624	2	11. Grecia	102	1
12. India	1.404	2	12. India	537	2	12. Chile	92	1
13. Polonia	1.168	2	13. Turquía	533	2	13. Corea	89	1
14. Egipto	1.040	2	14. Tailandia	518	1	14. India	82	1
15. Turquía	1.040	2	15. R. Unido	363	1	15. Chipre	72	1
16. Australia	985	2	16. Israel	352	1	16. Japón	59	1
17. Perú	631	1	17. Australia	324	1	17. Singapur	58	1
18. Lituania	591	1	18. Marruecos	309	1	18. Portugal	31	0
19. Israel	569	1	19. Perú	259	1	19. Malaysia	28	0
Otros	7.365	11	Otros	6.380	18	Otros	2.522	32
Total	61.521	100	Total	34.534	100	Total	7.762	100

Fuente: UN-Statistics (varios años). Elaboración propia.

Con respecto a la importación, las dos principales áreas son la Unión Europea y Norteamérica. Estados Unidos ocupa la primera posición, suponiendo un 14 % de las compras mundiales. Sin embargo, tres países de la UE como son Alemania, Reino Unido y Francia suman otro 25 % adicional (Tabla 8). Rusia y Holanda, este último país mostrando su capacidad de reexportación, son también importantes compradores. A pesar de la vocación exportadora de España, este país ocupa el puesto trece dentro de los importadores con casi 1.000 millones de euros. Destaca que China no presenta cifras relevantes, mostrando que su potencial productor está compensando la necesidad de abastecimiento exterior. Este punto es crucial pues muestra las dificultades que supone abordar este mercado desde un punto de vista comercial, desmintiendo la potencialidad de este país como cliente de futuro.

**Tabla 8. Principales importadores mundiales de hortalizas.
En millones de dólares**

País importador	Año 2013		País importador	Año 2005		País importador	Año 1990	
	Mill. de dólares	%		Mill. de dólares	%		Mill. de dólares	%
1. EEUU	8.775	14	1. EEUU	4.736	14	1. Alemania Fed.	3.186	41
2. Alemania	6.864	11	2. Alemania	4.367	13	2. Japón	1.010	13
3. R. Unido	4.542	7	3. R. Unido	3.573	10	3. Canadá	713	9
4. Francia	3.467	6	4. Francia	2.348	7	4. España	486	6
5. Rusia	2.882	5	5. Japón	1.915	6	5. Suiza	356	5
6. Holanda	2.846	5	6. Canadá	1.613	5	6. India	298	4
7. Canadá	2.801	5	7. Holanda	1.494	4	7. México	294	4
8. China	2.549	4	8. Italia	1.323	4	8. Portugal	210	3
9. Japón	2.512	4	9. Bélgica	1.164	3	9. Singapur	182	2
10. India	2.305	4	10. España	1.013	3	10. Brasil	165	2
11. Bélgica	2.293	4	11. Rusia	723	2	11. Dinamarca	125	2
12. Italia	1.902	3	12. India	594	2	12. Malasia	122	2
13. España	1.330	2	13. China	524	2	13. Finlandia	105	1
14. Malasia	825	1	14. Suecia	519	2	14. Corea	83	1
15. Brasil	798	1	15. Suiza	472	1	15. Bangladesh	82	1
16. Suecia	749	1	16. Austria	436	1	16. Australia	66	1
17. Corea	723	1	17. Malasia	397	1	17. Grecia	66	1
18. Polonia	707	1	18. Dinamarca	356	1	18. Indonesia	43	1
19. Suiza	698	1	19. E. Árabes	319	1	19. Turquía	36	0
Otros	11.953	18	Otros	6.648	18	Otros	3.320	43
Total	61.521	100	Total	34.534	100	Total	7.762	100

Fuente: UN-Statistics (varios años). Elaboración propia.

Los tres principales productos hortícolas comercializados en el mundo son, en este orden, el tomate, el pimiento y el pepino. El principal exportador mundial de tomate es México (Tabla 9), con un 22 % del total. Este país tiene una gran tradición de producción y venta al resto de países vecinos, como es el caso de Estados Unidos. Holanda y España ocupan los puestos siguientes (añadiendo un 30 % adicional a las exportaciones). Por el lado de las importaciones, destaca Estados Unidos (22 % de las compras), que junto con Rusia, Alemania y Francia compone el núcleo fundamental. Destaca también la presencia de otros países del este europeo, como Ucrania, Polonia o República Checa. De hecho en esta zona se centran las aspiraciones de los exportadores europeos.

Tabla 9. Principales exportadores e importadores mundiales de tomate (2013)

País exportador	Toneladas	%	País importador	Toneladas	%
1. México	1.535.157	22	1. EEUU	1.537.402	22
2. Holanda	1.100.912	16	2. Rusia	855.953	12
3. España	1.003.772	14	3. Alemania	739.360	11
4. Jordania	611.519	9	4. Francia	558.404	8
5. Turquía	483.279	7	5. Ucrania	422.970	6
6. Bélgica	239.377	3	6. Pakistán	265.353	4
7. Francia	233.828	3	7. Holanda	250.709	4
8. India	228.444	3	8. Canadá	199.931	3
9. EEUU	211.764	3	9. Polonia	132.030	2
10. China	181.462	3	10. Lituania	127.225	2
11. Canadá	162.169	2	11. Italia	120.705	2
12. Italia	108.325	2	12. España	106.286	2
13. Lituania	107.777	2	13. Bélgica	105.782	2
14. Polonia	102.854	1	14. R. Checa	96.144	1
15. Portugal	97.496	1	15. Suecia	93.373	1
16. Egipto	74.801	1	16. El Salvador	91.765	1
17. Guatemala	70.744	1	17. Bulgaria	79.336	1
18. Bulgaria	64.987	1	18. Ucrania	50.240	1
19. Ucrania	57.966	1	19. Rumanía	45.033	1
Otros	289.112	4	Otros	1.087.745	16
Total	6.965.745	100	Total	6.965.745	100

Fuente: UN-Statistics (varios años). Elaboración propia.

Al igual que pasaba con el tomate, México es el principal exportador de pimiento (un 30 % del total mundial). De nuevo, Estados Unidos sigue siendo su destino de referencia. España ocupa el segundo puesto en las ventas, por delante de Holanda (Tabla 10). Estos dos últimos países representan el 37 % de las exportaciones mundiales. Israel suma otro 5 %. Por otro lado, el potencial productor chino y las cifras actuales de ventas, hacen pensar que este país puede convertirse en uno de los actores fundamentales en los próximos años. Si atendemos a las compras, Estados Unidos (33 % del total), Alemania, Reino Unido y Rusia (26 % adicional) representan el conjunto fundamental; sin olvidar a Francia, Canadá y Turquía que tienen porcentajes individuales del 5 %.

Tabla 10. Principales exportadores e importadores mundiales de pimienta (2013)

País exportador	Toneladas	%	País importador	Toneladas	%
1. México	793.501	29	1. EEUU	905.821	33
2. España	583.748	21	2. Alemania	359.627	13
3. Holanda	444.674	16	3. R. Unido	188.178	7
4. Israel	139.914	5	4. Rusia	166.025	6
5. EEUU	118.605	4	5. Francia	150.454	5
6. Canadá	115.606	4	6. Holanda	134.362	5
7. Turquía	68.134	2	7. Canadá	126.950	5
8. China	68.059	2	8. Italia	72.591	3
9. Lituania	43.711	2	9. R. Checa	47.413	2
10. India	42.853	2	10. Polonia	47.225	2
11. Francia	36.742	1	11. Lituania	47.149	2
12. Jordania	35.281	1	12. Bélgica	37.740	1
13. Bélgica	32.665	1	13. Japón	34.233	1
14. Macedonia	27.076	1	14. España	31.433	1
15. Hungría	24.653	1	15. Suiza	29.657	1
16. Corea	22.846	1	16. Suecia	28.385	1
17. Grecia	22.610	1	17. Dinamarca	23.340	1
18. Polonia	18.916	1	18. Finlandia	22.385	1
19. Alemania	17.334	1	19. Malasia	21.468	1
20. Tailandia	12.955	0	20. Noruega	17.744	1
21. Italia	12.841	0	21. Kazakstán	17.742	1
Otros	79.790	3	Otros	252.588	9
Total	2.762.512	100	Total	2.762.512	100

Fuente: UN-Statistics (varios años). Elaboración propia.

La situación de la exportación mundial de pepino es prácticamente idéntica a la del tomate y el pimienta (Tabla 11). México es el principal vendedor con casi un 30 % del total. España es el segundo exportador suponiendo el 21 % del comercio. Por áreas, la UE, junto con el centro y norte de América, concentran la compra-venta de este producto. Por el lado comprador, al margen de las zonas comentadas, destaca Rusia, tercer importador mundial. De nuevo resalta el potencial chino de cara al futuro. Aunque en la actualidad vende al exterior escasamente 88.000 toneladas, su capacidad de crecimiento es muy alta, más si tenemos en cuenta la existencia de una economía basada en las ventas al exterior.

Tabla 11. Principales exportadores e importadores mundiales de pepino (2013)

País exportador	Toneladas	%	País importador	Toneladas	%
1. México	584.928	26	1. EEUU	720.131	32
2. España	545.337	24	2. Alemania	484.639	21
3. Holanda	456.977	20	3. Rusia	214.867	9
4. Canadá	113.626	5	4. R. Unido	136.084	6
5. China	88.261	4	5. Holanda	129.996	6
6. Turquía	78.035	3	6. Francia	70.994	3
7. EEUU	49.352	2	7. R. Checa	66.649	3
8. Bélgica	46.401	2	8. Bélgica	64.598	3
9. Jordania	45.385	2	9. Kazakstán	54.707	2
10. Grecia	40.474	2	10. Canadá	49.893	2
11. Alemania	36.424	2	11. Polonia	42.406	2
12. Bulgaria	21.510	1	12. Suecia	32.670	1
13. Rumania	20.479	1	13. Singapur	26.046	1
14. Macedonia	15.122	1	14. Dinamarca	23.961	1
15. Lituania	15.119	1	15. Lituania	21.933	1
16. Francia	13.329	1	16. Suiza	16.159	1
17. Hungría	12.206	1	17. Ucrania	15.572	1
18. R. Checa	11.234	0	18. Italia	15.444	1
Otros	69.442	3	Otros	76.891	3
Total	2.263.640	100	Total	2.263.640	100

Fuente: UN-Statistics (varios años). Elaboración propia.

2.2. El mercado hortícola en la UE

Hoy en día la UE, junto con Estados Unidos, es el área comercial más importante en el mundo. La entrada progresiva de socios en las sucesivas ampliaciones ha fomentado el comercio intracomunitario, que representa en la actualidad casi el 85 % de la compra-venta de hortalizas. En el caso de España, la entrada en la Unión hizo que sus exportaciones crecieran de forma exponencial en la década de los 90: a partir de esa fecha, los envíos han seguido un incremento más moderado. En la actualidad la actividad exportadora es cada día más difícil. La UE es un mercado maduro donde han aparecido nuevos actores, sobre todo ubicados en el norte de África y en Asia. Atendiendo a las cifras (Tabla 12), en la UE se mueven anualmente casi 28 millones de toneladas de hortalizas, por un valor cercano a los 23.000 millones de euros. Holanda

es el exportador más importante, representando el 22 %. España es el segundo vendedor europeo, por delante de Francia, Bélgica y Alemania. Al contrario de lo que podría parecer, España ha conseguido situarse entre los países que mejor precio consiguen. Destaca que Italia, zona productora por excelencia, ocupe la sexta posición en el *ranking* de exportadores, por detrás de países netamente compradores, como es el caso de Bélgica y Alemania, poniéndose de manifiesto la existencia de un mercado de reexportación cada vez más atractivo. Si atendemos a los vendedores extracomunitarios, destaca Marruecos, cuyas ventas casi alcanzan las 700 millones de euros. Por otro lado, China muestra ya su potencial en el *ranking*, al situarse por delante de otro gran productor mundial como es Turquía. Sin duda en los próximos años China jugará un papel fundamental en el comercio europeo. El sector cooperativo hortícola es el más importante dentro de la agricultura de este país, y aunque su consumo interno sigue absorbiendo buena parte de su producción, es previsible un desvío de esta hacia mercados más occidentales, como es el caso de Rusia y la UE.

Tabla 12. Principales exportadores de hortalizas a la UE-28 (2013)

Orden país exportador	Toneladas	%	Millones de euros	%
1. Holanda	6.039.868	22	4.994	22
2. España	4.789.835	17	4.835	21
3. Francia	3.920.426	14	2.080	9
4. Bélgica	2.677.988	10	1.841	8
5. Alemania	2.584.015	9	1.334	6
6. Italia	932.114	3	1.172	5
7. Polonia	918.943	3	702	3
8. Marruecos	672.373	2	667	3
9. China	373.272	1	528	2
10. Reino Unido	416.219	1	309	1
11. Egipto	358.721	1	284	1
12. Israel	373.344	1	255	1
13. EEUU	263.754	1	253	1
14. Turquía	252.628	1	229	1
Otros	3.272.452	12	3.169	14
EU28-Intra	24.075.874	86	18.820	83
EU28-Extra	3.770.078	14	3.833	17
Total	27.845.952	100	22.653	100

Fuente: Eurostat (varios años). Elaboración propia.

Por el lado de las compras, a pesar de que Alemania está incrementando su rol exportador, sigue siendo el gran motor europeo, ya que absorbe el 23 % del total (en valor). Destaca en los datos (Tabla 13) la importancia que ha adquirido Bélgica en las importaciones europeas, siendo en la actualidad un actor pivote centrado casi exclusivamente en la reventa del producto. Hoy por hoy, este país es el segundo en importancia, por volumen, en la compra de hortalizas dentro de la UE: sin embargo, tal y como se aprecia, a un precio relativo bajo. El núcleo importador se completa con Holanda, Reino Unido y Francia, todos con cifras muy similares. España e Italia, también adquieren cantidades relevantes, representando ambos países el 14 % del volumen total importado. Por otro lado, el norte y este de Europa no terminan de despuntar como zonas compradoras de referencia.

Tabla 13. Principales importadores de hortalizas a la UE-28 (2013)

Orden país importador	Toneladas	%	Millones de euros	%
1. Alemania	5.051.310	18	5.282	23
2. Bélgica	3.443.201	12	1.546	7
3. Holanda	3.442.956	12	2.264	10
4. Reino Unido	3.375.785	12	3.441	15
5. Francia	3.022.733	11	2.692	12
6. España	1.947.234	7	1.088	5
7. Italia	1.861.788	7	1.454	6
8. Portugal	748.721	3	304	1
9. Rep. Checa	633.765	2	444	2
10. Polonia	629.054	2	519	2
11. Suecia	499.392	2	604	3
12. Austria	494.193	2	560	2
13. Rumania	452.810	2	175	1
14. Dinamarca	421.079	2	417	2
15. Irlanda	331.456	1	363	2
16. Lituania	307.339	1	403	2
17. Grecia	278.423	1	198	1
Otros	904.712	3	901	4
Total	27.845.952	100	22.653	100

Fuente: Eurostat (varios años). Elaboración propia.

En general se aprecia que la actividad comercial de compra-venta es la dinamizadora del sector, generando efectos multiplicadores que es necesario estudiar. El canal indirecto, aunque en principio parezca negativo para el país netamente productor-exportador, puede tener efectos beneficiosos al agilizar las ventas, más considerando que hablamos de productos altamente perecederos con periodos de vida muy cortos.

Si se analizan los flujos comerciales pormenorizados según producto, se puede apreciar la complejidad del comercio europeo de hortalizas. En el caso concreto del tomate (Tabla 14), Holanda es el primer exportador: un 40 % de sus envíos tienen por destino Alemania, un 18 % de su producto acaba en Reino Unido, y un 9 % en Lituania, país que se sitúa como sexto importador europeo (esta producción acaba en su mayoría repartida por el resto de países vecinos, como es el caso de Rusia). El segundo exportador europeo de tomate es España. Este país tiene una cartera de destinos mucho más diversificada que Holanda. El núcleo fundamental de sus clientes está formado por, en este orden: Alemania, Francia, Reino Unido, Holanda y, en menor medida, Polonia. A pesar de su potencial exportador, Holanda es a su vez el cuarto comprador europeo, principalmente de producto español (en un 60 %). Marruecos es otro vendedor relevante, en su mayoría al mercado francés (78 %), aunque también destaca que un 11 % de su producto acabe en Reino Unido. España importa de Marruecos casi el 6 % de las exportaciones de este país (más de 22.000 toneladas). Por el lado de las ventas, otras zonas relevantes son: Bélgica (país que vende casi todo su producto en Francia y Alemania, mientras se abastece de Holanda, Francia y España), e Italia que también introduce su producto en Alemania. Si atendemos a las compras, Alemania adquiere el 24 % del tomate comercializado en la UE, Francia el 18 %, Reino Unido el 14 %, Holanda el 6 % y Polonia el 4 %. El principal suministrador alemán es Holanda, que multiplica por 2,5 la cantidad enviada a este país por España. Francia se abastece en su mayoría de Marruecos: compra en este país el doble de lo que adquiere en España. Los mayores proveedores de Reino Unido son Holanda y España, ambos países con cifras similares. El país que más vende a Holanda es España. El proveedor principal de Polonia también es España. En conjunto, el producto español tiene una representatividad más alta en el mercado holandés (60 % de todas sus compras) y polaco (42 %). En términos generales, el 28 % de todo el tomate comercializado en la UE es de origen español.

Tabla 14. Flujos comerciales de tomate en la UE (2013). En toneladas

	Total	Alemania	Francia	Reino Unido	Holanda	Polonia	Lituania	Italia	España	Bélgica	Rep. Checa	Suecia	Otros
Holanda	1.033.686	415.278	33.206	178.309		33.665	95.967	46.763	14.196	39.545	33.228	59.085	84.445
España	854.772	169.433	150.798	143.181	118.007	57.324	15.741	37.232	16.386	24.843	19.655	102.172	
Marruecos	365.695	553	288.883	39.839	11.252		10	180	22.280	110		1.517	1.071
Francia	202.501	68.040		12.320	19.488	16.740	1.197	20.100	5.558	29.545	10.146	7.424	11.944
Bélgica	162.950	47.597	57.325	7.104	24.370	1.306	668	5.394	2.289	8.136	829	7.932	
Italia	104.405	35.862	6.398	9.761	1.758	4.139	192		697	1.401	3.123	291	40.783
Alemania	96.651	4.670	18.295	18.295	4.865	17.888	693	7.804	899	5.104	8.834	2.421	25.177
Portugal	64.975	1.882	2.737	217	217	599	411	58.903	117				111
Turquia	29.309	929	20	730	2.004	2.296	58			229		11	23.031
Polonia	28.780	2.443	916	5.804	524		4.663	1.057	4.219	110	3.188	100	5.755
Grecia	18.064	184				48	133	28		19			17.653
Reino Unido	14.771	131	914		2.388	22	5.162	1.452	71	112		635	3.886
Senegal	10.379	2.397	2.360	3.864					1.759				
Túnez	10.220	10	7.653	68	1.020		1.469						
Macedonia	9.299					224				182		6	8.888
Rep. Checa	7.694	2		1	137	306		133	40				7.077
Austria	7.541	3.987	38	17	110	6		144		421			2.819
Otros	42.036	736	2.445	1.434	7.239	479	2.735	152	67	602	2.187	1.429	22.532
EU28-Intra	2.622.514	743.371	256.269	378.557	174.342	132.471	127.021	119.007	88.422	92.810	94.224	91.868	324.153
EU28-Extra	441.215	1.812	301.277	43.404	22.901	2.569	199	1.699	22.299	1.978	423	1.534	41.122
Total	3.063.729	745.182	557.546	421.960	197.243	135.039	127.220	120.706	110.721	94.788	94.647	93.402	365.275
España/total (%)	28	23	27	34	60	42	12	31	0	17	26	21	28

* Columna: importador; Fila: exportador.

Fuente: Eurostat (2014). Elaboración propia.

Del análisis de los flujos comerciales de pimiento dentro de Europa, se obtienen datos relevantes (Tabla 15), como que el comercio intracomunitario representa el 84 % del volumen de compra-venta. España es el principal exportador con más de medio millón de toneladas. Este país representa el 40 % de todo el flujo comercial dentro de la UE. Sus principales destinos son, con diferencia, Alemania y Francia. Sin embargo, destacar que los países donde España tiene mayor cuota de mercado son, en este orden, Italia (el 75 % del pimiento comprado por este país es de origen español), Francia (73 %) y Alemania (40 %). Holanda es el segundo vendedor, en su mayoría hacia Alemania y Reino Unido. Israel es el tercer país exportador pero está lejos de las cifras de España y Holanda. Casi todo el pimiento que vende Israel tiene como cliente a Holanda. Fuera también de la UE destaca Marruecos, cuyo producto acaba en Francia. Por el lado de las compras, Alemania adquiere el 27 % de todo el pimiento vendido en la Unión. Reino Unido compra otro 13 %, Francia el 11 %, y Holanda un 7 %. El principal suministrador alemán es España, con volúmenes muy similares a los holandeses. Reino Unido compra casi el doble de pimiento en Holanda que en España. Francia es cliente, casi en exclusiva, de España. Holanda se abastece de España y, en menor medida, de Israel.

Con respecto al pepino (Tabla 16), el mercado europeo se lo reparten España y Holanda. Ambos países acaparan, a partes iguales, casi el 85 % del comercio comunitario. España vende en su mayoría a Alemania, Holanda, Reino Unido y Francia. Por su parte, Holanda envía su producto, en más de un 50 %, a Alemania; otros clientes menores son Reino Unido y Bélgica. Por el lado de la demanda, Alemania compra el 42 % de todo el pepino, Reino Unido el 12 %, y Holanda (sobre todo de España) otro 8 %. El comercio intracomunitario representa el 97 % del total. Si atendemos a España los países donde el producto español tiene más presencia son Holanda (76 % de sus compras son españolas), Dinamarca (63 %) y Francia (62 %).

La berenjena no es una hortaliza de comercialización masiva dentro de la UE, ya que apenas se compran y venden 200.000 toneladas anuales (Tabla 17). El dominador del mercado es España. Este país representa casi el 55 % de todo el producto comprado; es más, en países como Francia, Italia y Holanda, este porcentaje se eleva por encima del 80 %. Holanda vende a Europa la mitad de volumen que España, principalmente con destino a Alemania, Reino Unido y Lituania. El producto extracomunitario es muy reducido; por ejemplo, Turquía apenas exporta 5.000 toneladas al año.

Tabla 15. Flujos comerciales de pimienta en la UE (2013). En toneladas

	Total	Alemania	Reino Unido	Francia	Holanda	Italia	Austria	Lituania	Rep. Checa	Polonia	Bélgica	Suecia	Otros
España	506.302	161.319	50.660	101.586	40.084	53.944	4.970	3.797	12.192	22.665	8.908	7.208	38.971
Holanda	381.183	138.901	95.769	5.326	4.498	2.586	37.744	11.677	13.346	20.013	15.835	35.489	
Israel	78.906	369	8.178	2.446	27.175	194	31	644	131	782	0	38.956	
Marruecos	62.160	11.183	845	20.653	4.927	3				14	155	24.381	
Alemania	42.384	2.949	2.096	3.782	3.352	8.012	991	5.422	5.539	2.589	1.298	6.355	
Turquía	40.167	6.091	1.384	8	395	21.801	74	99	230	55	231	163	9.322
Bélgica	23.609	5.770	1.318	5.134	9.903	147	90	1	2.377	639	1.449	5	828
Francia	23.076	3.559	3.408	24	392	9.055	90	36	2.553	470	7	124	2.099
Hungría	18.474	10.234	0	0	3	1.707	2.509	8	3.130	0	28	734	4.385
Grecia	13.997	3.183	16	4	28	339	15	800	38	98	12.117		
Macedonia	13.454	1.447	143	7.514	109	1.370	254	1.154	331	101	1.148		185
Eslovenia	11.209	8.844	591	193	4	3.971	14	132	37	72	584	3.332	
Italia	10.945	1.666	145	988	59	461	11	32	1.284	723	58	123	1.758
Polonia	8.788	1.063	3.215	45	141	1936	109	16	1.505				
Rep. Checa	4.711	12	21	908	5	302	3.401	560	145	660	13.506		
Reino Unido	4.511	918	997	233	482	315	359	302	3.401	560	145	660	13.506
Otros	21.878	336.564	158.053	115.862	63.225	71.424	25.585	46.203	42.601	43.643	33.146	26.532	109.401
EU28-Intra	205.690	18.010	10.958	23.307	32.878	230	22.570	53	2.990	325	1.167	457	92.743
EU28-Extra	1.277.928	354.574	169.010	139.168	96.103	71.654	48.156	46.257	45.591	43.968	34.313	26.989	202.145
España/total (%)	40	45	30	73	42	75	10	8	27	52	26	27	19

* Columna: importador; Fila: exportador.

Fuente: Eurostat (2014), Elaboración propia.

Tabla 16. Flujos comerciales de pepino en la UE (2013). En toneladas

	Total	Alemania	Reino Unido	Holanda	Francia	Bélgica	Rep. Checa	Polonia	Suecia	Austria	Dinamarca	Lituania	Otros
España	478.114	188.658	50.008	71.278	43.303	5.811	18.221	22.947	18.352	8.901	15.474	7.468	27.695
Holanda	435.730	238.985	76.548		12.676	48.124	11.344	6.597	10.787	2.229	7.515	9.502	11.424
Alemania	51.187		6.412	4.241	2.422	4.053	7.165	4.309	2.056	5.471	950	149	13.959
Bélgica	44.976	17.135	323	16.531	9.662		52	24	12	120	8	21	1.089
Grecia	23.460	11.755	22	44			1.031	51		684	134	170	9.569
Rep. Checa	14.313	3.798		63				3.315		123	0		7.014
Bulgaria	10.910	3.696					6.433			10	0	171	600
Rumanía	10.799	61					7.308	1.659		66	0		1.705
Austria	9.407	5.258		694	1.032		211	307			3		1.903
Turquía	9.281	3.702	228	47	3	36	3	586	77	2.786	80		1.732
Italia	9.233	2.160	43	37	145	0	50	74	564	3.317	112	80	2.651
Francia	8.146	2.850	597	110		2.384	292	475	1	288	5	34	1.111
Hungría	7.185	2.108					2.488	1.879		2	25		683
Polonia	6.339	2.246	88	43	1	2	1.320		2	4	94	1.890	650
Macedonia	5.849	454			3		875	29		1.695		11	2.783
Marruecos	3.635	245		2	796	4							2.588
Lituania	3.022		47	1							1		2.974
Otros	14.967	1.591	892	247	207	25	1.190	369	784	462	156	2.191	6.852
EU28-Intra	1.121.417	478.845	134.171	93.240	69.288	60.396	57.067	41.939	32.495	21.220	24.404	21.674	86.678
EU28-Extra	25.134	5.856	1.037	98	960	43	917	679	138	4.937	152	12	10.304
Total	1.146.551	484.701	135.208	93.338	70.249	60.439	57.983	42.618	32.633	26.157	24.556	21.686	96.982
España/total (%)	42	39	37	76	62	10	31	54	56	34	63	34	29

* Columna: importador; Fila: exportador.

Fuente: Eurostat (2014). Elaboración propia.

Tabla 17. Flujos comerciales de berenjena en la UE (2013). En toneladas

	Total	Francia	Alemania	Reino Unido	Italia	Holanda	Lituania	Bélgica	Austria	Suecia	Rumania	Polonia	Otros
España	106.797	43.034	17.201	7.561	15.455	11.984	901	2.370	633	931	780	1.037	4.910
Holanda	53.943	1.719	16.991	10.221	321		10.700	5.119	623	2.732	80	1.184	4.254
Alemania	6.453	712		583	522	548	57	1.068	813	332	121	428	1.268
Bélgica	5.889	2.943	696	608	7	1.080	7		40		1	1	507
Turquía	4.636	1	570	6		50		20	2.941	101	67	3	879
Italia	3.859	576	707	151		73	27	154	366	9	576	34	1.187
Francia	3.702		640	574	1.341	33		479	14	0	67	76	476
Rep. Dominicana	1.599	254	749	439		115							41
Bulgaria	1.492		3		10						1.392		88
Austria	1.315	117	922	7							1		268
Reino Unido	1.230	5	1			67	1.016	32	1				108
Kenya	1.207	59	64	1.077		1		0	5				1
Macedonia	995	2			10								944
Grecia	811		109					1	5	16	99		581
Polonia	537	14	14	6		3	222		10				267
Rep. Checa	250					7					32	3	208
Letonia	226		0				59					36	130
Otros	1.689	257	179	161	57	265	10	203	5	57	30	5	461
EU28-Intra	186.913	49.187	37.311	19.768	17.699	13.802	12.990	9.226	2.507	4.065	3.170	2.805	14.386
EU28-Extra	9.714	504	1.535	1.619	32	425	10	220	2.949	112	95	22	2.191
Total	196.627	49.691	38.847	21.387	17.730	14.226	12.999	9.446	5.456	4.177	3.264	2.827	16.577
España/total (%)	54	87	44	35	87	84	7	25	12	22	24	37	30

* Columna: importador; Fila: exportador.

Fuente: Eurostat (2014). Elaboración propia.

Los flujos comerciales de calabacín (Tabla 18) muestran un panorama algo distinto. Los exportadores más importantes son España y Marruecos, si bien este último país vende seis veces menos producto que España, que representa el 60 % de todo el comercio europeo. Los destinos de sus envíos son Francia y, en menor medida, Alemania y Holanda. A pesar de lo comentado, las áreas donde el producto español tiene más cuota de mercado son Reino Unido (78 % del total comprado proviene de España) y Holanda (72 %). El calabacín marroquí acaba en un 72 % de las ocasiones en Francia. El comercio extracomunitario es testimonial: solo Turquía es capaz de introducir más de 9.000 toneladas. Con respecto a los compradores, Francia absorbe el 33 % de todas las ventas, lejos de Alemania, que apenas suma el 18 %.

La lechuga es el cuarto producto en importancia dentro del comercio hortícola de la UE, por detrás del tomate, el pimiento y el pepino. España es la gran potencia, ya que vende el 53 % de todo el producto que compra Europa (Tabla 19). En países como Italia o Francia este porcentaje llega incluso a sobrepasar el 70 %. Las exportaciones españolas tienen como destino a Alemania, Reino Unido, Francia y Holanda. Italia es el segundo vendedor por importancia, en su mayoría hacia Alemania (más del 50 %). Por el lado de la demanda, Alemania compra el 33 % del producto total vendido en el continente, Reino Unido apenas el 16 %. Algo que destaca de esta hortaliza es que, a pesar de su importancia relativa, es el producto que muestra menos movimientos de compra-venta, junto con la berenjena.

Tabla 18. Flujos comerciales de calabacín en la UE (2013). En toneladas

	Total	Francia	Alemania	Reino Unido	Holanda	Bélgica	Italia	Austria	Polonia	Lituania	Suecia	Dinamarca	Otros
España	250.881	92.071	51.667	37.716	34.514	7.958	9.596	2.108	3.506	474	2.123	2.016	7.133
Marruecos	44.168	32.243	612	289	254	12					12	5	10.741
Holanda	27.739	335	7.389	5.097		5.208	141	186	1.653	3.168	1.578	1.147	1.838
Alemania	24.838	2.896		1.583	7.695	4.702	925	3.179	1.387	25	440	180	1.827
Italia	21.566	4.175	8.129	652	196	252		3.340	456	95	17	126	4.129
Francia	19.328		4.558	2.138	723	3.495	6.564	98	348	7	21	31	1.346
Bélgica	14.551	7.237	1.760	387	3.631	43	68	1	0	0	3	1	1.422
Turquía	9.142	1	373	55	55	45		1.603			101	21	6.942
Reino Unido	1.413	51	4	169	2				829			15	343
Austria	1.194	17	840			87		9				1	241
Portugal	723	45	120	84		56		1				0	417
Polonia	520	129				23	14	20	88	8	8	5	233
Grecia	477				38			26	0			0	413
Sudáfrica	439	0	61	100	277	0							1
Bulgaria	362		2				8					0	352
Senegal	300			300									0
Rep. Checa	238		19		1				12			0	207
Otros	1.351	51	199	211	83	121	60	1	6	81	32	68	440
EU28-Intra	364.433	106.870	74.631	47.735	46.969	21.697	17.392	9.023	7.378	4.758	4.201	3.548	20.232
EU28-Extra	54.798	32.253	1.232	821	665	177	44	1.604		10	132	66	17.794
Total	419.230	139.123	75.863	48.556	47.634	21.873	17.436	10.627	7.378	4.768	4.333	3.614	38.026
España/total (%)	60	66	68	78	72	36	55	20	48	10	49	56	19

* Columna: importador; Fila: exportador.

Fuente: Eurostat (2014). Elaboración propia.

Tabla 19. Flujos comerciales de lechuga en la UE (2013). En toneladas

Total	Alemania	Reino Unido	Francia	Italia	Holanda	Bélgica	Suecia	Polonia	Austria	Lituania	Dinamarca	Otros
España	144.916	146.296	83.441	51.544	56.905	8.820	28.032	17.784	4.587	2.714	13.125	37.243
Italia	133.606	62.014	9.518	5.852	4.352	3.636	3.024	5.978	15.955	607	1.192	21.478
Holanda	133.521	34.260	8.994	4.053	19.674	27.389	3.226	2.965	1.034	17.511	3.280	11.137
Francia	86.403	38.519	15.916	8.997	1.988	12.642	201	533	123	48	1.113	6.323
Bélgica	64.442	16.367	132	21.590	1.127	16.557		805	282	2	2	7.577
Alemania	56.083		2.700	4.819	6.024	3.293	3.922	5.320	11.551	61	3.829	9.311
Reino Unido	9.604	427		13	411	20	11	5	1	3.624	37	5.055
Suecia	6.254	96		1.003	257			98		2	522	4.275
Austria	6.014	2.340		1.024				40			0	2.609
Rep. Checa	5.878	14	20	99	14			4.172			16	1.544
Túnez	5.248	16		2.937	1.465	823						6
Hungría	5.160	0		64	11	2	415	784	2.151	237	2	1.495
Portugal	4.813	417	1.018	289	0	0					4	3.086
Polonia	4.631	1.423	26	158	0	312	128		29	326	2	2.228
Dinamarca	3.592	522	0	4	1.272	19	1.289	233		253		0
Marruecos	2.002	1.303		578	0							121
Irlanda	1.596	12	1.568		0		2		1		0	13
Otros	9.806	1.885	821	34	1.352	667	2	64	202	146	360	3.856
EU28-Intra	1.122.830	303.116	186.186	120.088	92.048	85.380	56.105	40.243	38.894	35.805	23.152	116.044
EU28-Extra	11.229	1.414	821	3.524	2.167	1.487	1	64	21	54	330	1.313
Total	1.134.059	304.530	187.008	123.611	94.215	86.867	56.106	40.307	38.915	35.859	23.482	117.357
España/total (%)	53	48	78	68	55	66	16	70	46	13	11	56

* Columna: importador; Fila: exportador.

* Incorpora achicorias, incluidas escarola y endivia.

Fuente: Eurostat (2014). Elaboración propia.

2.3. Política sectorial de la UE

A. La horticultura española en el contexto de la Política Agraria Comunitaria

Hasta 2015 el sector de las hortalizas continuaba enmarcado en el Reglamento (CE) 1234/2007, por el que se creaba una Organización Común de Mercados agrícolas y se establecían disposiciones específicas para determinados productos agrícolas, en base al cual se elaboró el Reglamento de Ejecución (UE) 543/2011. A nivel estatal, esta normativa europea derivó en la publicación del Real Decreto 1337/2011, por el que se regulaban los fondos y programas operativos de las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH).

Dichos fondos y programas operativos vienen representando la principal ayuda económica procedente de la Política Agraria Comunitaria (PAC) en el sector de las hortalizas (desde 1996), consistiendo dicha ayuda en el 50 % del fondo, no superando el 4,1 % del valor de la producción comercializada de la OPFH de forma general, pudiendo aumentar al 4,6 % para utilizar esa cuantía adicional en medidas de prevención y gestión de crisis.

En 2012 el total de esta ayuda en el conjunto nacional superó los 180 millones de euros. Por comunidades autónomas, tres de ellas gestionan el 73,4 % de las subvenciones: Andalucía, Murcia y Comunidad Valenciana (Tabla 20). No en vano, se trata de las comunidades con mayor número de Organizaciones de Productores (en su conjunto un 60 % del número total en España), seguidas de Cataluña.

Tabla 20. Ayudas a los Fondos Operativos por comunidades autónomas (2012)

Comunidad autónoma	Ayuda pagada (€)	%	Núm. de OPFH beneficiarias
Andalucía	57.707.833	32,0	81
Murcia	41.378.805	22,9	81
Comunidad Valenciana	33.522.429	18,6	112
Cataluña	16.495.338	9,1	65
Extremadura	9.130.894	5,1	27
Aragón	6.692.497	3,7	33
Navarra	3.987.711	2,2	9
Canarias	3.503.087	1,9	15
Castilla-La Mancha	3.323.776	1,8	9
La Rioja	3.036.670	1,7	5
Castilla y León	900.495	0,5	9
Baleares	589.249	0,3	4
País Vasco	215.625	0,1	2
Galicia	55.616	0,0	1
Asturias	33.890	0,0	1
Total	180.573.918	100,0	454

Fuente: FEAGA (2013). Elaboración propia.

En los programas operativos (con duración de entre tres y cinco años) se incluyen medidas, acciones, actuaciones, inversiones y conceptos de gastos subvencionables que se agrupan en ocho epígrafes, los cuales tienen establecido un porcentaje máximo y exigiéndose un mínimo del 10 % para las actuaciones medioambientales. De forma resumida estas medidas son:

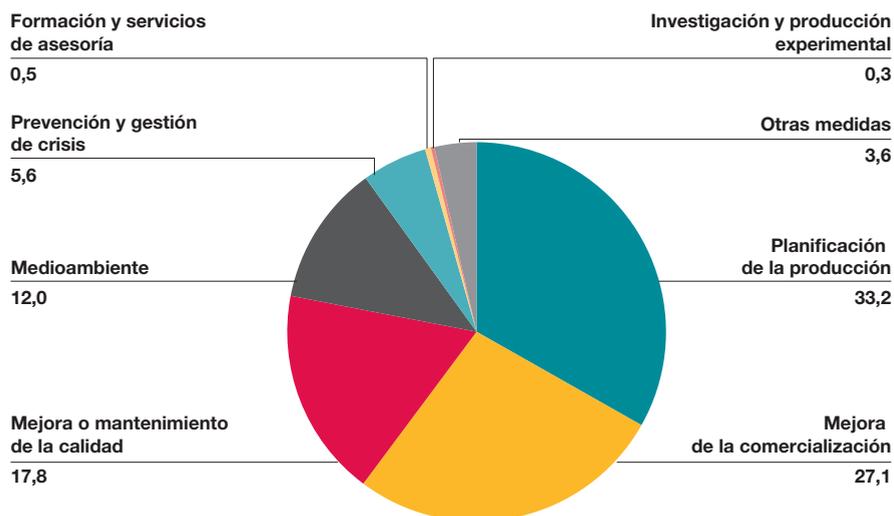
- *Medida dirigida a planificar la producción:* engloba infraestructuras de las explotaciones e instalaciones así como medidas de producción, que en su conjunto tienen una limitación del 80 % del fondo aprobado y efectivamente ejecutado.
- *Medida dirigida a mejorar o mantener la calidad de los productos:* incluye calidad y seguridad alimentaria, personal para la mejora o mantenimiento de la protección medioambiental, infraestructura y equipos, así como medios para la comercialización y que en su conjunto tiene una limitación del 60 % del fondo.

- *Medida dirigida a mejorar la comercialización:* incluyendo infraestructura y equipos, así como medios para la comercialización, que en su conjunto tiene una limitación del 80 % del fondo.
- *Medida dirigida a investigación y producción experimental:* en la que se enmarcan inversiones en instalaciones o fincas piloto, personal cualificado, contrataciones externas con centros de investigación, etc., que está limitada al 30 % del fondo operativo aprobado y efectivamente ejecutado.
- *Medida dirigida a formación y servicios de asesoría:* fundamentalmente orientada a la producción ecológica e integrada, a los aspectos medioambientales, calidad y trazabilidad, así como a cuestiones propias del programa operativo, que en su conjunto tiene una limitación del 30 % del fondo.
- *Medida dirigida a prevención y gestión de crisis:* donde se incluyen esencialmente las retiradas de producto, la distribución gratuita (abarcando el compostaje y la alimentación animal), recolección en verde y no recolección, así como la promoción y costes administrativos de dicha gestión que, en total, tiene una limitación del 33 % del fondo.
- *Medida dirigida a objetivos medioambientales:* que engloba diversas actuaciones e inversiones relativas, tanto a la producción ecológica e integrada, como a la gestión más eficiente de los recursos naturales y reducción del impacto medioambiental, con una limitación en su conjunto del 60 % del fondo.
- *Medida para otras acciones, actuaciones, inversiones y conceptos de gasto:* orientadas a cuestiones diversas como fusiones, adquisiciones y participaciones, estudios y gastos generales, que en total no pueden superar el 40 % del fondo operativo aprobado y efectivamente ejecutado.

De las medidas indicadas, vienen destacando cuatro de ellas en porcentaje de ayuda: planificación de la producción, mejora de la comercialización, mantenimiento o mejora de la calidad y medidas medioambientales. Durante la anualidad 2012, estas cuatro medidas representaron el 90 % de la ayuda (Gráfico 1), de entre las que sobresalían la planificación de la producción (que representaba un tercio del total) y la mejora de la comercialización (que superaba el 27 %). En cambio, medidas relativas

a la formación, así como a la investigación y producción experimental eran las que representaban un porcentaje más reducido (en su conjunto, apenas el 1 % del total).

Gráfico 1. Distribución de la ayuda en las diferentes medidas para el año 2012 en el conjunto nacional. En porcentaje



Fuente: FEAGA (2013). Elaboración propia.

Respecto a las medidas de gestión de crisis, vienen destacando las ayudas a las retiradas, siendo los principales destinos la alimentación animal, la distribución gratuita y el compostaje (Tabla 21).

Tabla 21. Ayudas y destinos de las retiradas de hortalizas (2012)

Producto	Ayuda	Cantidad (toneladas)			
		Total	Distribución gratuita	Compostaje	Alimentación animal
Tomates	1.071.345,49	5.012,00	2.620,96	436,96	1.954,08
Pimientos	489.777,14	1.821,51	500,06	175,36	1.146,09
Pepinos	267.860,31	679,08	606,58	0	72,50
Berenjenas	83.403,60	207,59	207,59	0	0
Lechugas	67.869,37	169,88	147,80	0	22,08

Fuente: FEAGA (2013). Elaboración propia.

A estas ayudas de gestión de crisis se vendrán a sumar las propuestas durante agosto de 2014 de ayudas excepcionales por la cuestión del veto de Rusia. No obstante, aún no se conoce con precisión el alcance que tendrá sobre las hortalizas españolas. Otro grupo de medidas que vienen cobrando más interés son las relativas a medioambiente. De hecho, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA) elaboró en diciembre de 2013 la denominada *Estrategia Nacional de Programas Operativos Sostenibles*. Entre otros se ampliaron las ayudas de acciones medioambientales para el año 2014 y siguientes.

Tabla 22. Nuevos importes de medidas medioambientales a aplicar a producciones de hortalizas a partir de la anualidad 2014

Acción	Importe
Empleo de técnicas de solarización	33 % del coste del plástico
Utilización de planta injertada en hortalizas para reducir el uso de productos químicos	Tomate: 0,227 €/planta* Pimiento: 0,290 €/planta Berenjena: 0,308 €/planta
Utilización en la explotación de hilo biodegradable	66 % del coste del hilo
Utilización en la explotación de plásticos oxobiodegradables y biodegradables	Oxobiodegradable: 20 % del coste del plástico Biodegradable: 60 % del coste del plástico

* *Estos importes han aumentado respecto a años anteriores (2009-2013), excepto para el tomate que se ha reducido de los 0,377 €/planta a los 0,277 €/planta.*

Fuente: MAGRAMA (2014).

De forma adicional a los fondos y programas operativos, el Reglamento (CE) 1234/2007 incluye un programa de promoción del consumo de frutas y hortalizas (frescas y transformadas) a través de la distribución gratuita en las escuelas, el cual se inició para la campaña 2009/2010, con el Reglamento (CE) 288/2009 de la Comisión. Desde esa campaña los Estados miembros vienen presentando sus estrategias en esta línea para poder acceder al reparto de la ayuda, que viene representando para España el 59 % del coste de dicha actuación. En 2013 (Reglamento UE 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo) se amplió el presupuesto comunitario para la campaña 2014/2015, cubriendo ahora el 75 % del coste de dicha acción en el caso español.

Tabla 23. Ayudas recientemente asignadas a España para la distribución gratuita de frutas y hortalizas en las escuelas

Campañas	2012/2013	2013/2014	2014/2015
Ayuda asignada	4.885.852	4.486.907	10.724.670
Porcentaje del coste (%)	59	59	75

Fuente: MAGRAMA (2014). Elaboración propia.

La lista de frutas y hortalizas en estos programas es amplia, aunque viene siendo mayor para el caso de las frutas. También, las aplicaciones sobre los distintos productos, que finalmente recaen en las actuaciones por comunidades autónomas, vienen incluyendo pocos tipos de hortalizas (frescas y transformadas) destacando los siguientes:

- Andalucía: gazpacho
- Cataluña: tomate *cherry*
- Murcia: tomate *cherry* y lechuga

Pese al conjunto de ayudas específicas al sector, las asociaciones y organizaciones del mismo vienen tachando de insuficiente el apoyo que reciben de los distintos programas políticos. Sobre todo, indican: i) la tradicional discriminación frente a sectores típicos de la agricultura continental (lácteos, herbáceos, vacuno, etc.); ii) la ausencia de adaptaciones de los fondos recibidos de la PAC a las singularidades de la agricultura española, en este caso de la horticultura y, iii) la ausencia de protecciones frente a la competencia procedente de terceros países, cuyas exportaciones a la UE vienen aumentando en los últimos años al amparo también de los acuerdos comerciales bilaterales con estos países.

Uno de los ejemplos recientes fueron las expectativas creadas con la reforma de la PAC, iniciada a mediados de 2013 (con vistas al período 2014-2020), de incluir a este sector en el régimen de pagos directos, a través del régimen denominado de condicionalidad, consistente en ampliar el porcentaje de acciones medioambientales al 20 % en los programas operativos. Sin embargo, se ha confirmado la exclusión de dichos pagos a estos productos (tan solo el tomate con destino a la industria durante los años 2008, 2009 y 2010 fue incluido en este sistema) en base a acuerdos durante 2014 en el desarrollo de negociaciones de la reforma mencionada.

Por otra parte, un aspecto positivo de la reciente reforma, de cara a la competitividad de las hortalizas españolas, es que para el régimen de precios de entrada en la UE se vuelve a la referencia de «valor de importación a tanto alzado (*ad valorem*)», para un mejor control de precios de las importaciones de terceros países. Además, se mantendrá el etiquetado obligatorio del país de origen, que prácticamente es de los pocos elementos para la diferenciación de la calidad de los productos españoles frente a países terceros, después de la eliminación de la exigencia de normas de calidad de las frutas y hortalizas a partir de 2009 (Reglamento CE 1221/2008).

B. Acuerdos comerciales de la UE con terceros países

El incremento de la competencia internacional para la exportación española se viene haciendo patente especialmente durante las dos últimas décadas y principalmente en los mercados europeos, cuyas importaciones suponen alrededor de un 95 % de las ventas españolas de hortalizas en el exterior. Dicha competencia también se está viendo potencialmente reforzada por los acuerdos comerciales de la UE con terceros países, como son el acuerdo con países del área mediterránea o EUROMED, el acuerdo UE-Mercosur o, más recientemente, el de UE-México. Entre los países que vienen incrementando sus ventas a la UE, destacan los países del EUROMED. Los acuerdos comerciales en esta área se inician de forma global especialmente con el llamado Proceso de Barcelona de 1995. Actualmente estos acuerdos incluyen a los países miembros de la UE y a 16 socios del Mediterráneo y Oriente Próximo: Argelia, la Autoridad Palestina, Chipre, Egipto, Israel, Jordania, Líbano, Libia, Malta, Marruecos, Mauritania, Mónaco, Siria y Túnez, más Croacia y Turquía (candidato actual a la UE). Además, recientemente se incluyen a Albania, Bosnia-Herzegovina y Montenegro, como potenciales candidatos a la UE.

La competencia de estos países frente al resto se debe tanto a la coincidencia de los calendarios de producción y exportación, como a su distancia relativamente cercana, en la mayoría de los casos, a los mercados europeos (en comparación con otros competidores mundiales), especialmente si tenemos en cuenta las hortalizas para la venta en fresco y su carácter perecedero. Esta situación es más relevante en el caso de Marruecos para productos como tomate, pimiento y calabacín; el caso de Turquía para esos mismos productos y pepino; en el caso de Israel, particularmente para pimiento; y en los casos de Egipto y Túnez para lechuga y, en menor medida, para tomate y pimiento (Tabla 24).

Tabla 24. Principales exportadores extracomunitarios del Mediterráneo y productos vendidos a la UE en los últimos años

Producto	Países exportadores (volumen exportado en toneladas)									
	Egipto		Israel		Marruecos		Túnez		Turquía	
	2008	2013	2008	2013	2008	2013	2008	2013	2008	2013
Tomate	2.678	1.603	19.062	6.403	305.611	365.695	4.019	10.220	97.774	29.309
Pimiento	4.682	933	88.870	78.906	50.326	62.160			50.780	40.167
Pepino					2.986	3.635			17.648	9.281
Lechuga	3.794	429					4.242	3.477		
Calabacín					44.712	44.168			7.062	9.142

Fuente: Eurostat (varios años). Elaboración propia.

Pese a algunos contingentes y el establecimiento de precios de entrada en determinados acuerdos (Tablas 25 y 26), persiste una preocupación en el sector español ante la creciente competencia procedente de estos países extracomunitarios. Los menores costes de producción y la mencionada coincidencia de calendarios de exportación son los principales factores que determinan la rivalidad con las exportaciones españolas. Asimismo, la renovación de acuerdos comerciales preferenciales de la UE con Marruecos y la candidatura de Turquía para incorporarse a la UE, vienen implicando una mayor apertura comercial hacia estos países.

Con Egipto existe un acuerdo comercial desde 2001 y en particular un protocolo agrícola desde 2004. Las excepciones y contingentes para algunas hortalizas para Egipto, desde 2009, se recogen en la Tabla 25.

Tabla 25. Contingentes para determinadas hortalizas en exportaciones de Egipto a la UE

Producto	Contingente (toneladas) exento de derechos <i>ad valorem</i>
Tomates (del 1 de noviembre al 30 de junio)	Ilimitado
Calabacines (del 1 de octubre al 30 de abril)	Ilimitado
Pepinos (del 15 noviembre al 15 mayo)	3.000

Fuente: FEPEX (2014). Elaboración propia.

Con Israel existe un acuerdo comercial desde 1995 (entrada en vigor en 2000) y en particular un protocolo agrícola desde 2004. Las excepciones y contingentes para algunas hortalizas para Israel, desde 2009, se recogen en la Tabla 26.

Tabla 26. Contingentes para determinadas hortalizas en exportaciones de Israel a la UE

Producto	Contingente (toneladas) exento de derechos <i>ad valorem</i>	Reducción del derecho por encima del contingente
Tomate <i>cherry</i>	28.000	
Tomates	5.000	
Pepinos	1.000	
Pimientos	17.248	40 %
Calabacín (del 1 de diciembre al final de febrero)	ilimitado	

Fuente: FEPEX (2014). Elaboración propia.

Con Turquía se está negociando su candidatura a la UE y desde 2006 existen concesiones arancelarias en materia agrícola (Tabla 27).

Tabla 27. Contingentes para determinadas hortalizas en exportaciones de Turquía a la UE

Producto	Contingente (toneladas) exento de derechos <i>ad valorem</i>
Calabacines (del 1 de marzo al 30 de noviembre)	500
Berenjenas (del 1 de mayo al 14 de enero)	1.000

Fuente: FEPEX (2014). Elaboración propia.

Con Marruecos existe un acuerdo comercial desde 1996 (con entrada en vigor en 2000) y un protocolo agrícola con tratado preferencial desde 2004. La renovación de los tratados en 2009 y su documento de ejecución de 2012 (Reglamento de Ejecución UE 812/2012) representa una mayor apertura comercial de la UE hacia las exportaciones agrícolas marroquíes, entre las que destacan los productos hortícolas y principalmente tomates, pepinos y calabacines (Tabla 28).

Tabla 28. Periodos de exportación con precio de entrada para determinadas hortalizas marroquíes exportadas a la UE (renovación de Acuerdo Comercial en 2012)

Producto	Período	Precio de entrada convencional (*) (€/100 kg)
Tomates	01/10 - 31/05	46,1
Pepinos	01/11 - 31/05	44,9
Calabacines	01/10 - 31/01	42,4
	01/02 - 31/03	41,3
	01/04 - 20/04	42,4

* Si el precio de un lote es inferior en un 2, un 4, un 6 o un 8 % al precio de entrada convencional, el derecho de aduana específico preferente será igual, respectivamente al 2, al 4, al 6 o al 8 % al precio de entrada convencional. Si el precio de entrada de un lote es inferior al 92 % del precio de entrada convencional, se aplicará el derecho específico consolidado de la OMC (Organización Común de Mercados). El precio de entrada reducido para tomate solo se aplica a 285.000 toneladas, en los demás productos sin límite.

Fuente: Diario Oficial de la Unión Europea (2012) y FEPEX (2012). Elaboración propia.

Los contingentes para las hortalizas indicadas tuvieron los siguientes incrementos: en el caso del tomate de 233.000 a 285.000 toneladas; en el caso del calabacín de las 25.000 a las 50.000 toneladas; y para el pepino de las 5.600 a las 15.000 toneladas.

Tabla 29. Contingente de exportación para determinadas hortalizas marroquíes exportadas a la UE (renovación del Acuerdo Comercial en 2012)

Producto	Período	Contingente (toneladas) exento de derechos <i>ad valorem</i>	Reducción del derecho de aduana en el contingente (%)	Reducción del derecho de aduana por encima del contingente
Tomates	Del 1 de octubre al 31 de mayo	285.000	100	60
	Del 1 de junio al 31 de octubre	ilimitado	60	
Pepinos	Del 1 de noviembre al 31 de mayo	15.000	100	
	Del 1 de marzo al 31 de octubre	ilimitado	100	
Calabacines	Del 1 de octubre al 20 de abril	50.000	100	
	Del 21 de abril al 31 de mayo	ilimitado	60	

Fuente: Diario Oficial de la Unión Europea (2012) y FEPEX (2012). Elaboración propia.

Tabla 30. Contingentes mensuales para el tomate marroquí (renovación del Acuerdo Comercial en 2012)

Contingentes mensuales de base y adicional	Campaña 2011/2012	Campaña 2012/2013	Campaña 2013/2014 y sig.
Octubre	13.800	14.250	14.700
Noviembre	36.110	37.300	38.500
Diciembre	40.800	42.000	43.500
Enero	40.800	42.000	43.500
Febrero	40.800	42.000	43.500
Marzo	40.800	42.000	43.500
Abril	21.400	22.100	22.800
Mayo	6.500	6.750	7.000
Contingente adicional (del 1 de noviembre al 31 de mayo)	28.000	28.000	28.000

Fuente: FEPEX (2014)

Como se mencionó en el apartado anterior, la reforma de la PAC va a aplicar a las frutas y hortalizas, a partir del 1 de octubre de 2014, el régimen de precios de entrada en la UE con la referencia de valor de importación a tanto alzado o *ad valorem*. Con ello se considera que habrá un mejor control de precios de las importaciones de terceros países y el pago correspondiente de aranceles, ya que en algunos casos se estaban eludiendo, al aplicar un precio al producto importado similar al precio de venta en la UE.

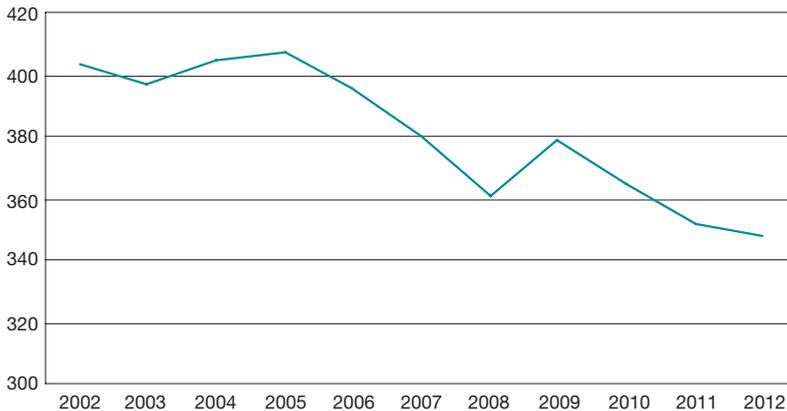
3. Estructura del sector

3.1. Superficie de cultivo

La superficie dedicada al cultivo de hortalizas en España ha disminuido a lo largo de la última década (Gráfico 2). Este descenso ha sido continuo a lo largo del tiempo con un pequeño incremento en 2009 para volver a disminuir alcanzando el mínimo en el último año. El resultado global es que se ha pasado de 402.861 ha en 2002 a 348.359 ha en 2012, representando una disminución del 13,6 %. No obstante, esta disminución de la superficie no ha tenido la misma magnitud en las diferentes tipologías de hortalizas. Así, la superficie hortícola de secano es la que más ha disminuido, pasando de 30.738 a 18.775 ha, lo que

ha representado una reducción del 38,9 %. La superficie hortícola de regadío también ha decrecido desde 297.115 a 258.585 ha, suponiendo una minoración del 13 %. La superficie hortícola protegida ha sido la que menos ha disminuido pasando de 75.008 a 71.003 ha, retrocediendo tan solo un 5,3 %.

**Gráfico 2. Evolución de la superficie de hortalizas en España.
En miles de hectáreas**

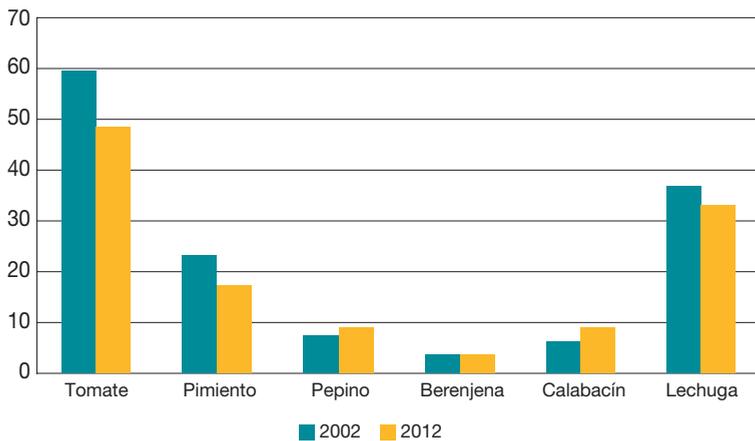


Fuente: MAGRAMA (varios años). Elaboración propia.

El desglose de la superficie por tipo de hortalizas resulta de interés al objeto de detectar comportamientos particulares. En este apartado vamos a considerar las siguientes hortalizas: tomate, pimiento, pepino, berenjena, calabacín y lechuga (Gráfico 3). En concreto, entre el año 2002 y 2012 la superficie total destinada al cultivo del tomate ha disminuido un 18 %, la de pimiento un 24,3 % y la de lechuga un 10,5 %. Mientras que pepino, berenjena y calabacín incrementaron su superficie con un porcentaje del 17,3, 5,4 y 43,5 %, respectivamente. Esta dinámica muestra que el tomate sigue siendo el cultivo predominante entre las hortalizas consideradas, si bien su peso ha disminuido ligeramente en la última década, al pasar de representar el 43,3 % de todas las hortalizas en 2002 al 40,2 % en 2012. El segundo lugar lo ocupa la lechuga, manteniendo prácticamente su relevancia, puesto que pasa de suponer el 27,1 % de todas las hortalizas consideradas en 2002 al 27,5 % en 2012. El tercer puesto lo ocupa el pimiento que ha perdido algo de significación, pasando del 16,8 % en 2002 al 14,4 % en 2012. A bastante distancia le

siguen el pepino que ha incrementado su peso desde el 5,5 al 7,3 %; el calabacín que también ha crecido desde el 4,5 al 7,4 %; y la berenjena que avanza desde el 2,7 al 3,2 %.

Gráfico 3. Evolución de la superficie de hortalizas en España por cultivos. En miles de hectáreas

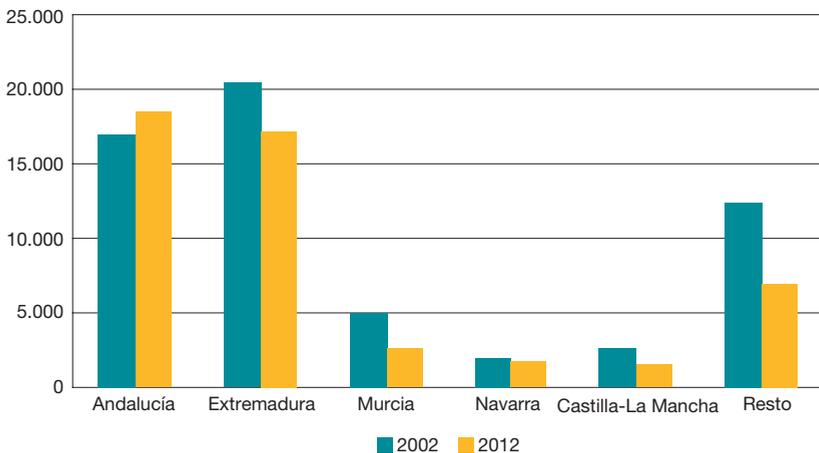


Fuente: MAGRAMA (varios años).

El análisis de la distribución de la superficie cultivada de cada una de las hortalizas consideradas por comunidades autónomas pone de manifiesto diferentes niveles de concentración y especialización. Así, en el caso del tomate Andalucía y Extremadura continúan siendo las más importantes, acumulando entre las dos más del 73 % de la superficie (Gráfico 4). La superficie de tomate en Andalucía ha pasado de 16.876 ha en 2002 a 18.562 ha en 2012, lo que representa un incremento del 10 % y hace que su peso en el total nacional haya aumentado desde el 28,5 al 38,2 %. En cambio, Extremadura ha reducido su superficie en un 15,8 %, lo que ha hecho que pierda el liderato que ostentaba en 2002, si bien su peso en el total nacional ha crecido ligeramente desde el 34,4 al 35,4 %, ya que la reducción de la superficie en el resto de comunidades autónomas ha sido más elevada. Así, Murcia ha disminuido su superficie en un 48,6 %, aunque continúa ocupando el tercer lugar a nivel nacional con un 5,4 % sobre el total y Castilla-La Mancha ha retrocedido un 40,7 % ocupando el quinto lugar con un 3,2 %. Las reducciones más importantes se dan en Canarias y Cataluña con un 56,2 y 53,3 %, respectivamente,

dejando de ocupar los lugares destacados que tenían en 2002. También hay que destacar que mientras que el cultivo de tomate en regadío al aire libre disminuye de forma importante, pasando de 40.008 a 29.736 ha, el cultivo protegido prácticamente se mantiene en torno a las 18.500 ha. En Extremadura, Navarra y Castilla-La Mancha predomina el cultivo del tomate en regadío al aire libre, siendo Badajoz la provincia española con mayor número de hectáreas con un total de 14.975, seguida de Sevilla (2.217 ha) y Cáceres (2.215 ha). En cambio, en Andalucía, Murcia y Canarias predomina el cultivo en regadío protegido siendo Almería la provincia con el mayor número de hectáreas, con un total de 9.013, seguida de Granada (3.172 ha) y Murcia (2.417 ha).

Gráfico 4. Evolución de la superficie de tomate cultivada en España por CCAA. En hectáreas

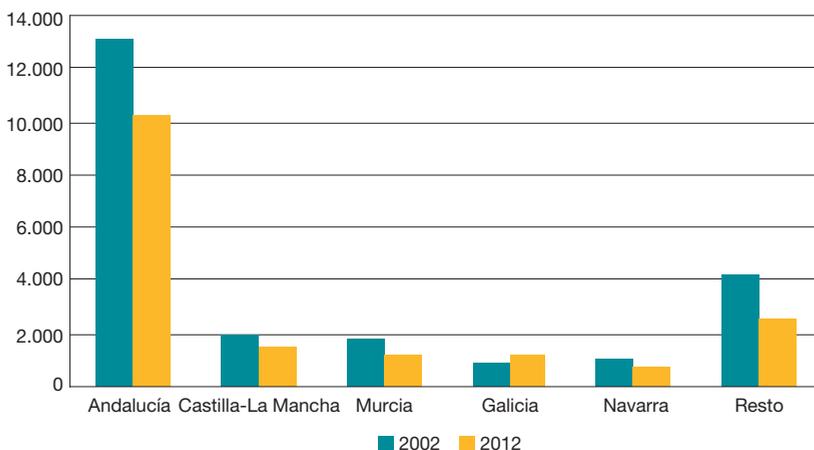


Fuente: MAGRAMA (varios años).

En el caso del pimiento la comunidad autónoma más importante es Andalucía, acumulando cerca del 60 % de la superficie española (Gráfico 5). En la dinámica de la última década destaca la disminución de la superficie en casi todas las comunidades autónomas. Así, aunque en Andalucía desciende la superficie en un 21,1 %, como esa reducción es inferior al resto de las comunidades, su peso en el total nacional ha aumentado desde el 56,7 % en 2002 al 58,9 % en 2012. El segundo puesto lo ocupa Castilla-La Mancha que, a pesar de disminuir su superficie en un 24,3 %, continúa representando el 8,5 % del total nacional. Murcia

también ha aminorado su superficie en un 31,8 %, perdiendo algo de peso en el total nacional (del 7,8 al 7,1 %), aunque continúa ocupando el tercer puesto. La única dinámica positiva se da en Galicia cuya superficie se incrementa en un 38,5 %, lo que le ha llevado a elevar su peso en el total nacional desde el 3,7 al 6,8 %. Por su parte, la reducción más severa se produce en Extremadura con un porcentaje del 59,4 %, lo que le hace que deje de ocupar los lugares destacados de 2002. También hay que destacar que, mientras que el cultivo de pimiento en regadío al aire libre disminuye de forma importante pasando de 10.803 a 6.466 ha, el cultivo protegido se reduce muy poco pasando de 11.810 a 10.740 ha. En Castilla-La Mancha y Navarra predomina el cultivo del pimiento en regadío al aire libre, siendo Navarra la zona con mayor número de hectáreas con un total de 718, seguida de Cádiz (650 ha) y Ciudad Real (600 ha). En cambio, en Andalucía, Murcia y Galicia predomina el cultivo del pimiento en regadío protegido siendo Almería la provincia con el mayor número de hectáreas con un total de 7.336, seguida de Murcia (1.013 ha) y Granada (613 ha).

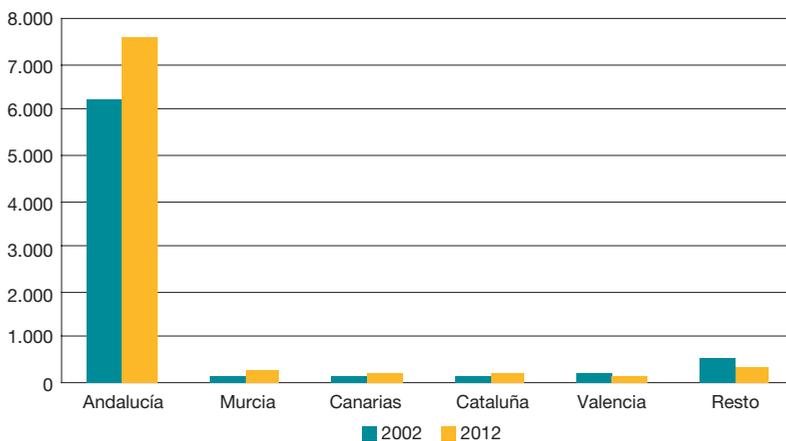
Gráfico 5. Evolución de la superficie de pimiento cultivada en España por CCAA. En hectáreas



Fuente: MAGRAMA (varios años).

En el caso del pepino la comunidad autónoma más importante también es Andalucía acumulando ella sola más del 86 % de la superficie española (Gráfico 6). En la dinámica de la última década destaca el aumento de la superficie en casi todas las autonomías. Así, Andalucía aumenta la superficie en un 21,5 % incrementando su peso en el total nacional desde el 83,9 % en 2002 al 86,3 % en 2012. La aportación del resto de las comunidades es prácticamente irrelevante. Así, el segundo puesto lo ocupa Murcia que, a pesar de duplicar su superficie, solo representa el 3,4 % del total nacional. A continuación estarían Canarias, Cataluña y Valencia, con un peso del 2,7, 2,4 y 1,7 %, respectivamente, a pesar de haber incrementado sus superficies. También hay que destacar que, mientras que el cultivo de pimiento en regadío al aire libre disminuye ligeramente pasando de 1.413 a 1.037 ha, el protegido ha crecido pasando de 7.450 a 7.768 ha. En Cataluña y Valencia predomina el cultivo del pepino en regadío al aire libre, siendo Cádiz la provincia con mayor número de hectáreas con un total de 87, seguida muy de cerca por Tarragona (85 ha), Málaga (85 ha) y Jaén (84 ha). En cambio, en Andalucía, Murcia y Canarias predomina el cultivo del pimiento en regadío protegido siendo otra vez Almería la provincia con el mayor número de hectáreas con un total de 4.533, seguida de Granada con 2.627 ha y Las Palmas a mucha distancia con tan solo 203 ha.

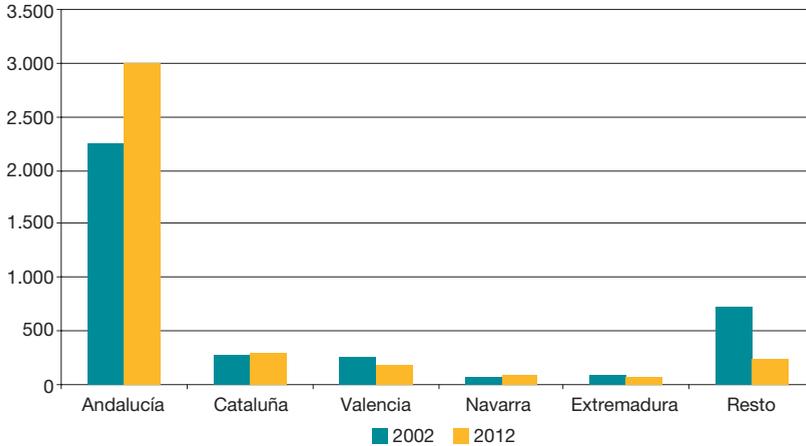
Gráfico 6. Evolución de la superficie de pepino cultivada en España por CCAA. En hectáreas



Fuente: MAGRAMA (varios años).

Así mismo, en el caso de la berenjena la región más importante es Andalucía acumulando ella sola más del 77 % de la superficie española (Gráfico 7). En la dinámica de la última década se producen comportamientos dispares en las diferentes comunidades autónomas productoras. Así, Andalucía aumenta la superficie en un 32,9 %, consolidándose su liderazgo a nivel nacional ya que su peso en el total nacional crece desde el 61,2 % en 2002 al 77,1 % en 2012. La aportación del resto de las comunidades es prácticamente irrelevante. Así, el segundo puesto lo ocupa Cataluña que, a pesar de incrementar su superficie en un 5,6 %, solo representa el 7,8 % del total nacional. Valencia y Extremadura reducen su superficie en un 31,3 y un 23,1 %, respectivamente, lo que les lleva a aminorar su peso en el total nacional hasta representar solo el 4,6 y 1,9 %, respectivamente. También es de destacar la fuerte reducción de la superficie en Baleares y Castilla-La Mancha que les hace desaparecer de los lugares destacados que ocupaban en 2002; y por el contrario, Navarra aumenta su superficie en un 31,8 %, lo que le lleva a ocupar el cuarto puesto con un total del 2,2 % de la superficie nacional. También hay que resaltar que, mientras que el cultivo de berenjena en regadío al aire libre sufre una importante disminución pasando de 2.124 a 1.409 ha, el cultivo protegido ha crecido de manera notable pasando de 1.553 a 2.481 ha. En Cataluña, Valencia, Navarra y Extremadura predomina el cultivo de la berenjena en regadío al aire libre, siendo Cádiz la zona con mayor número de hectáreas con un total de 370, seguida por Tarragona con 132 ha y Jaén con 99 ha. En cambio, en Andalucía predomina el cultivo de la berenjena en regadío protegido siendo Almería la provincia con el mayor número de hectáreas con un total de 2.190, seguida a mucha distancia de Cádiz con 389 ha y Málaga (150 ha).

Gráfico 7. Evolución de la superficie de berenjena cultivada en España por CCAA. En hectáreas

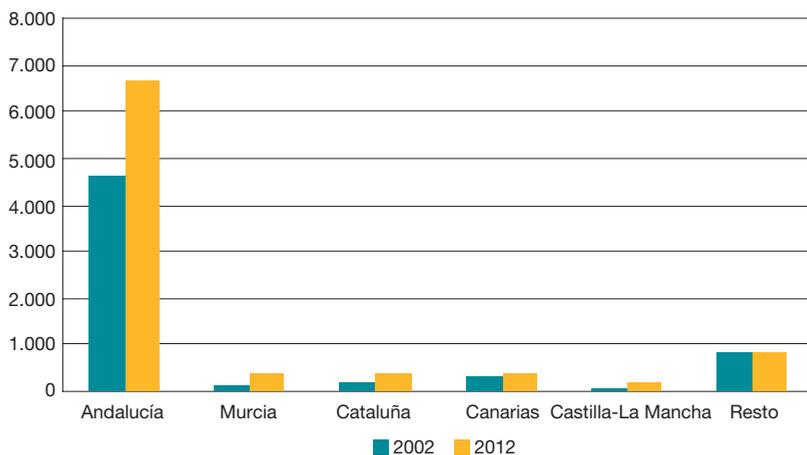


Fuente: MAGRAMA (varios años).

En el caso del calabacín nuevamente la comunidad autónoma más importante es Andalucía acumulando ella sola más del 75 % de la superficie española (Gráfico 8). En la dinámica de la última década destaca el crecimiento de la superficie en casi todas las comunidades autónomas. Así, aunque Andalucía aumenta la superficie en un 44,1 %, solo incrementa ligeramente su peso en el total nacional desde el 74,6 % en 2002 al 75,2 % en 2012. El segundo puesto lo ocupa Murcia, que a pesar de triplicar su superficie, solo representa el 4,4 % del total nacional. A continuación estarían Cataluña, Canarias y Castilla-La Mancha, con un peso del 4,3, 4,2 y 2,3 %, respectivamente, a pesar de haber incrementado sus superficies. En el caso de Valencia y Extremadura se produce una reducción de la superficie de un 23,9 y un 33,5 %, respectivamente, que les lleva a dejar de ocupar los lugares destacados que ostentaban en 2002. También hay que destacar que el cultivo de calabacín en regadío al aire libre crece pasando de 1.710 a 2.501 ha, y que el cultivo protegido también aumenta, pero de manera más importante, pasando de 4.366 a 6.323 ha. En Murcia, Cataluña, Canarias y Castilla-La Mancha predomina el cultivo del calabacín en regadío al aire libre, siendo Murcia la zona con mayor número de hectáreas con un total de 332, seguida de Tarragona con 205 ha y Cádiz con 204 ha. En cambio, en Andalucía predomina el cultivo del calabacín en regadío protegido siendo Almería la provincia

con el mayor número de hectáreas con un total de 5.699, seguida a muchísima distancia de Málaga con 190 ha y Granada con tan solo 100 ha.

Gráfico 8. Evolución de la superficie de calabacín cultivada en España por CCAA. En hectáreas

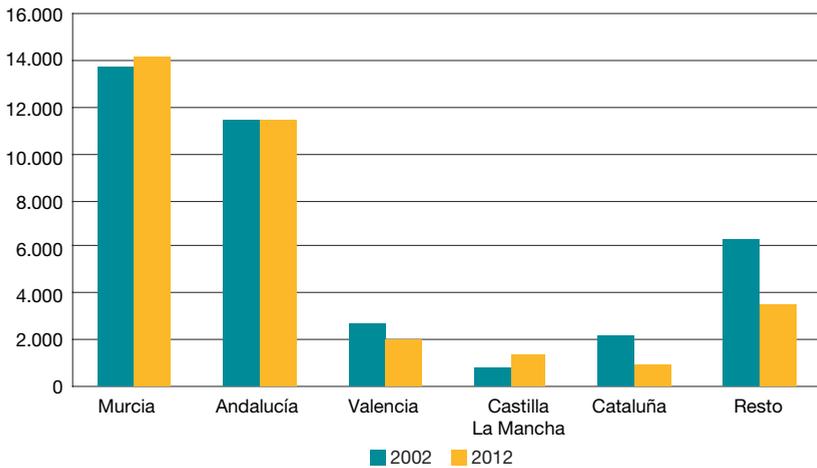


Fuente: MAGRAMA (varios años).

Por último, en el caso de la lechuga, Murcia y Andalucía continúan siendo las autonomías más relevantes acumulando entre las dos más del 76 % de toda la superficie nacional (Gráfico 9). La superficie de lechuga en Murcia ha pasado de 13.682 ha en 2002 a 14.065 ha en 2012, lo que representa un incremento del 2,8 % y hace que su peso en el total nacional haya aumentado desde el 36,8 al 42,4 %. Por su parte, Andalucía prácticamente ha mantenido la superficie en torno a las 11.400 ha, si bien su peso en el total nacional ha crecido ligeramente desde el 30,6 al 34,4 %, ya que en el resto de las comunidades ha disminuido. Así, en Valencia la superficie ha disminuido en un 27,1 %, aunque continúa ocupando el tercer lugar a nivel nacional con un 5,9 % sobre el total, y Cataluña ha reducido su superficie en un 55,6 % ocupando el quinto lugar con un 2,9 %. La caída más importante se da en Madrid donde la producción prácticamente desaparece al pasar de 1.093 ha en 2002 a tan solo 24 ha en 2012. Por el contrario, en Castilla-La Mancha la superficie se incrementa en un 69,1 %, lo que le lleva a mejorar su relevancia en el contexto nacional desde el 2,1 al 3,9 %, ocupando el cuarto puesto

a nivel nacional. El cultivo de lechuga en regadío al aire libre es absolutamente predominante frente al cultivo protegido. Murcia es la provincia española con mayor número de hectáreas con un total de 14.065, seguida de Almería con 7.012 ha y Granada con 3.202 ha.

Gráfico 9. Evolución de la superficie de lechuga cultivada en España por CCAA. En hectáreas

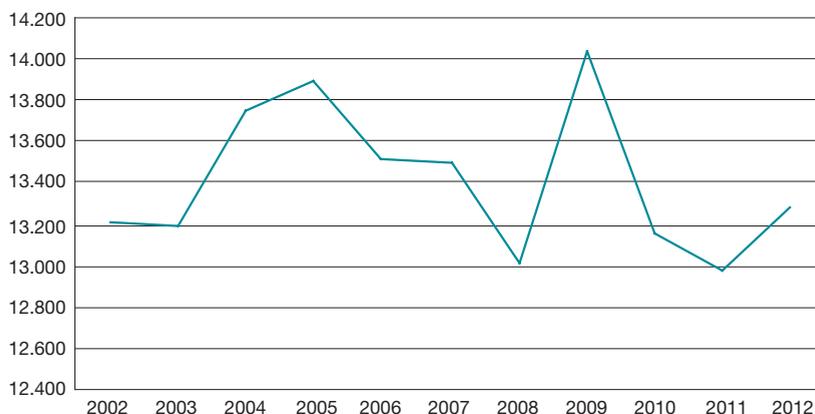


Fuente: MAGRAMA (varios años).

3.2. Producción y rendimientos

La producción de hortalizas en España prácticamente se ha mantenido entre los años 2002 y 2012, si bien a lo largo de este período ha experimentado una evolución muy irregular (Gráfico 10). En los años 2005 y 2009 se produjo un importante aumento en los niveles de producción alcanzando su máximo en el segundo de los años con 14.030.874 toneladas. Sin embargo, a partir de este último año la tendencia general es a la baja, produciéndose un ligero repunte en el año 2012. El resultado global es que se ha pasado de 13.206.141 toneladas en 2002 a 13.282.939 toneladas en 2012, representando un incremento de tan solo el 0,6 %.

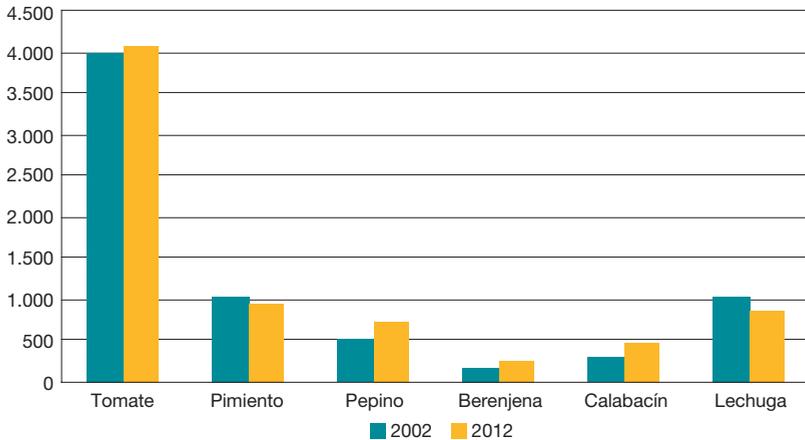
**Gráfico 10. Evolución de la producción de hortalizas en España.
En miles de toneladas**



Fuente: MAGRAMA (varios años). Elaboración propia.

El desglose de la producción por tipo de hortalizas resulta de interés al objeto de detectar comportamientos particulares (Gráfico 11). En concreto, entre el año 2002 y 2012 la producción total de tomate ha aumentado un 1,7 %, la de pepino un 44,6 %, la de berenjena un 59,4 % y la de calabacín un 54,1 %. Mientras que pimiento y lechuga disminuyen su producción en un 8,2 y un 15,4 %, respectivamente. Esta dinámica muestra que el tomate sigue siendo el cultivo predominante entre las hortalizas consideradas, si bien su peso ha disminuido ligeramente en la última década al pasar de representar el 56,5 % de todas las hortalizas en 2002 al 55,1 % en 2012. El segundo lugar lo ocupa el pimiento, reduciendo un poco su relevancia puesto que pasa de suponer el 15,1 % de todas las hortalizas consideradas en 2002 al 13,2 % en 2012. El tercer puesto es para la lechuga que también ha perdido algo de significación pasando del 14,7 % en 2002 al 11,9 % en 2012. A continuación estaría el pepino que ha incrementado su peso desde el 7,3 al 10,2 %. Y, ya a más distancia, estarían el calabacín que también ha crecido desde el 4,3 al 6,3 %, y la berenjena que aumenta desde el 2,2 al 3,3 %.

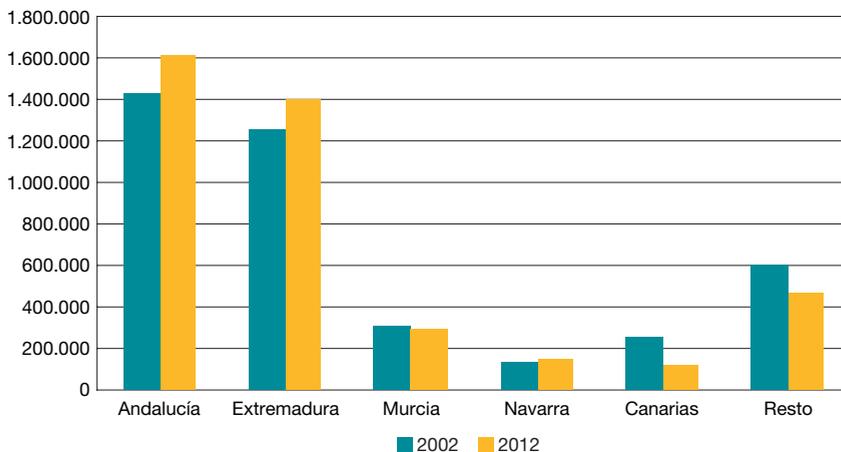
Gráfico 11. Evolución de la producción de hortalizas en España por cultivos. En miles de toneladas



Fuente: MAGRAMA (varios años). Elaboración propia.

El análisis de la distribución territorial de la producción obtenida de cada una de las hortalizas consideradas pone de manifiesto diferentes niveles de concentración y especialización. Así, en el caso del tomate, Andalucía y Extremadura continúan siendo las más importantes acumulando entre las dos más del 74 % de la producción nacional (Gráfico 12). La producción de tomate en Andalucía ha pasado de 1.431.096 toneladas en 2002 a 1.619.261 en 2012, lo que representa un incremento del 13,2 % y hace que su peso en el total nacional haya aumentado desde el 35,9 al 40,1 %. Así mismo, Extremadura ha aumentado su producción en un 11,6 %, lo que ha hecho que su peso en el total nacional haya crecido desde el 31,6 al 34,7 %. Por el contrario, la de Murcia ha caído un 6,6 %, aunque continúa ocupando el tercer lugar a nivel nacional con un 7,2 % sobre el total. Navarra ha incrementado su producción en un 16,4 % pasando a ocupar el cuarto lugar con un 3,7 % del total nacional. Las reducciones más importantes se han dado en Canarias y Valencia con un 50,1 y un 49,7 %, respectivamente, dejando de ocupar los lugares destacados que tenían en 2002. A nivel provincial Badajoz ocupa el primer puesto nacional con 1.226.623 toneladas, seguida de Almería con 929.835 toneladas, Granada con 356.144 toneladas y Murcia con 289.355 toneladas.

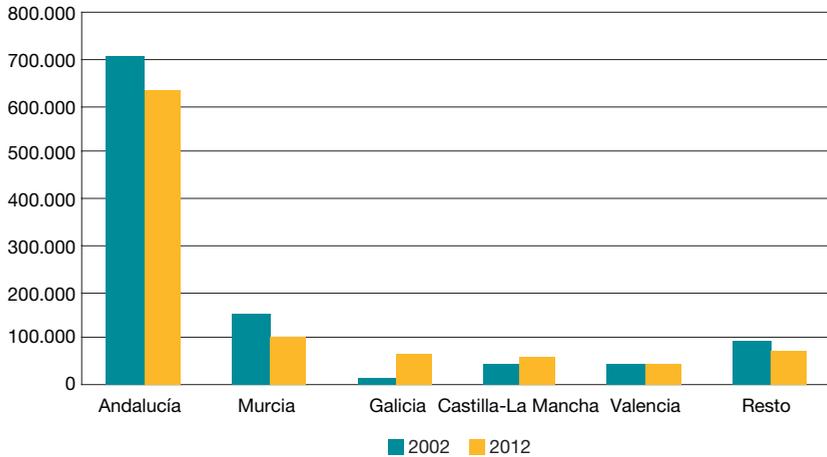
Gráfico 12. Evolución de la producción de tomate en España por CCAA. En toneladas



Fuente: MAGRAMA (varios años).

En el caso del pimiento la comunidad autónoma más importante es Andalucía acumulando más del 65 % de la producción total española (Gráfico 13). En la dinámica de la última década destaca la disminución de la producción en casi todas las comunidades. Así, aunque en Andalucía disminuye la producción en un 10,3 %, como esa reducción es similar a la del resto de los territorios, su peso en el total nacional prácticamente se ha mantenido, pasando desde el 66,7 % en 2002 al 65,2 % en 2012. El segundo puesto lo ocupa Murcia que, a pesar de disminuir su producción en un 35,1 %, continúa representando el 10,3 % del total nacional. Valencia también ha aminorado su producción en un 3,9 %, aunque mantiene su peso en el total nacional con un 4,6 %. La dinámica positiva más sobresaliente se da en Galicia cuya producción se triplica, lo que le ha llevado a incrementar su peso en el total nacional desde el 1,5 al 6,5 %, pasando a ocupar el tercer puesto. La otra dinámica positiva se produce en Castilla-La Mancha cuya producción crece un 27,4 %, lo que le hace que incremente su aportación al total nacional desde el 4,1 al 5,8 %. A nivel provincial, Almería ocupa el primer puesto a nivel nacional con una producción total de 512.945 toneladas, seguida a gran distancia de Murcia con 99.652 toneladas, Granada con 53.395 toneladas y Ciudad Real con 40.000 toneladas.

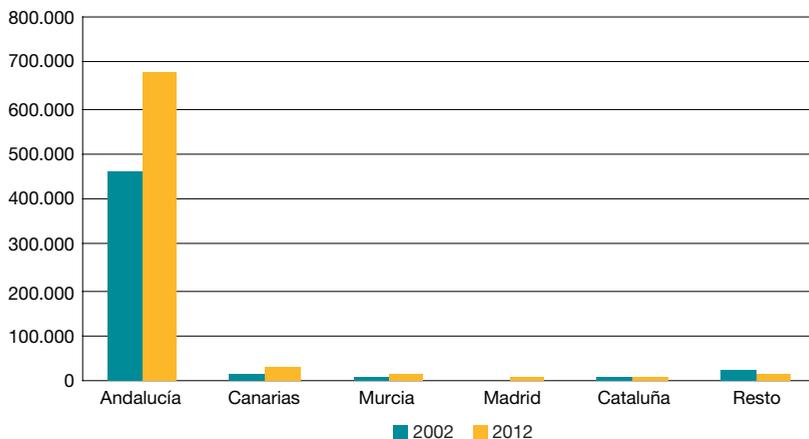
Gráfico 13. Evolución de la producción de pimiento en España por CCAA. En toneladas



Fuente: MAGRAMA (varios años).

En el caso del pepino la comunidad autónoma más importante también es Andalucía acumulando ella sola más del 90 % de la producción española (Gráfico 14). En la dinámica de la última década destaca el aumento de la producción en casi todas las comunidades. Así, aunque Andalucía aumenta su producción en un 47,5 %, su peso en el total nacional prácticamente se mantiene al pasar desde el 89,6 % en 2002 al 90,4 % en 2012. El segundo puesto lo ocupa Canarias que a pesar de incrementar su superficie en un 75,3 %, solo representa el 3,7 % del total nacional. A continuación estarían Murcia, Madrid y Cataluña, con un peso del 1,8, 0,9 y 0,8 %, respectivamente, a pesar de haber incrementado sus producciones. Valencia y Castilla-La Mancha ven reducirse su producción en un 34,8 y un 55,1 %, dejando de ocupar los lugares destacados que ostentaban en 2002. A nivel provincial, Almería ocupa el primer puesto a nivel nacional con una producción total de 407.354 toneladas, seguida de Granada con 249.705 toneladas y a mucha más distancia por Las Palmas con 24.360 toneladas y Murcia con 13.793 toneladas.

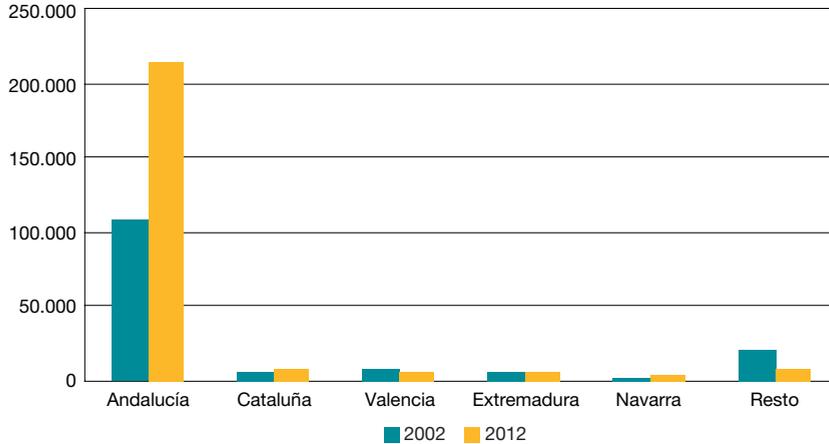
Gráfico 14. Evolución de la producción de pepino en España por CCAA. En toneladas



Fuente: MAGRAMA (varios años).

Así mismo, en el caso de la berenjena la comunidad autónoma más importante es Andalucía, acumulando ella sola el 87 % del total de la producción española (Gráfico 15). En la dinámica de la última década se dan comportamientos dispares en las diferentes comunidades productoras. Así, Andalucía aumenta su producción en un 97,8 %, consolidando su liderazgo a nivel nacional ya que su peso en el total crece desde el 70,1 % en 2002 al 86,9 % en 2012, siendo por tanto poco relevante la aportación al resto de regiones. Así, el segundo puesto lo ocupa Cataluña que aunque ha expandido su producción un 6,5 %, solo representa el 3,1 % del total nacional. Valencia y Extremadura reducen su producción en un 29,6 y un 17,6 %, respectivamente, lo que les lleva a aminorar su peso en el total nacional hasta representar solo el 2,6 y 2,2 %. También es de destacar la fuerte reducción de la producción en Baleares, donde prácticamente desaparece, y Murcia, con una aminoración del 37,1 %, que les hace dejar de ocupar los puestos que ostentaban en 2002. Por el contrario, Navarra aumenta su producción en un 85,5 %, lo que le lleva a ocupar el quinto puesto con el 1,7 % del total de la producción nacional. A nivel provincial Almería ocupa el primer puesto nacional con una producción total de 187.675 toneladas, seguida a muchísima distancia de Cádiz con 12.387 toneladas, Málaga con 5.325 toneladas y Badajoz con 5.110 toneladas.

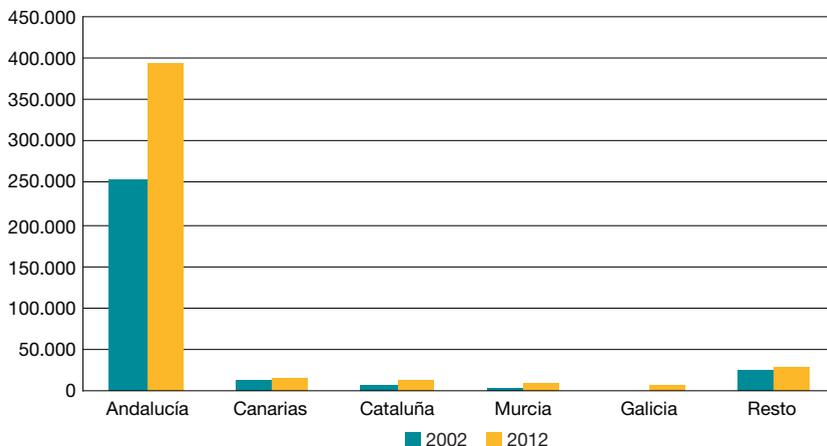
Gráfico 15. Evolución de la producción de berenjena en España por CCAA. En toneladas



Fuente: MAGRAMA (varios años).

Durante la última década, la producción de calabacín ha aumentado en casi todas las comunidades autónomas aunque Andalucía mantiene su liderazgo al pasar de suponer a nivel nacional desde el 84,2 % en 2002 al 84,7 % en 2012 (Gráfico 16). La aportación del resto de las comunidades autónomas resulta prácticamente irrelevante. Así, el segundo puesto lo ocupa Canarias que a pesar de incrementar su producción en un 30,8 %, solo representa el 3,4 % del total nacional. A continuación estarían Cataluña, Murcia y Galicia, con un peso del 2,8; 2,1 y 1,4 %, respectivamente, a pesar de haber incrementado su producción de manera notable. En el caso de Valencia y Extremadura tiene lugar una reducción de la producción de un 33,1 % y un 27,5 %, respectivamente, lo que les lleva a dejar de ocupar los lugares destacados que ostentaban en 2002. A nivel provincial Almería ocupa el primer puesto nacional con una producción total de 354.156 toneladas, seguida a gran distancia de Málaga con 12.350 toneladas, Granada con 11.036 toneladas y Cádiz con 9.541 toneladas.

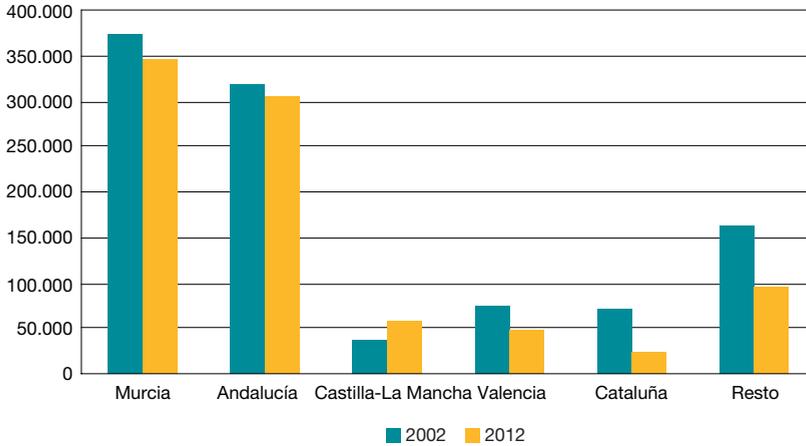
Gráfico 16. Evolución de la producción de calabacín en España por CCAA. En toneladas



Fuente: MAGRAMA (varios años).

Por último, en el caso de la lechuga, Murcia y Andalucía continúan siendo las comunidades autónomas más importantes acumulando entre las dos más del 74 % del total de la producción nacional (Gráfico 17). La producción de lechuga en Murcia ha pasado de 373.518 toneladas en 2002 a 344.593 toneladas en 2012, lo que representa una disminución del 7,7 %, aunque incrementa su peso en el total nacional desde el 36,1 al 39,3 %, dado que en otras comunidades la reducción de la producción ha sido mayor. Por su parte, Andalucía tiene un comportamiento similar, puesto que su producción se ha reducido en un 4,2 %, si bien su peso en el total nacional ha crecido desde el 30,8 al 34,9 %. En Valencia la producción ha disminuido en un 36,9 % y en Cataluña en un 64,2 %, lo que les lleva a reducir su aportación al total nacional hasta el 5,4 y 2,8 %, respectivamente. Por el contrario, en Castilla-La Mancha la producción se incrementa en un 59,1 %, lo que le lleva a mejorar su contribución al total nacional desde el 3,4 al 6,5 %, pasando a ocupar el tercer puesto. Murcia es la provincia española con el mayor volumen de producción con un total de 344.593 toneladas, seguida de Almería con 158.718 toneladas, Granada con 113.101 toneladas y Albacete con 49.875 toneladas.

Gráfico 17. Evolución de la producción de lechuga en España por CCAA. En toneladas

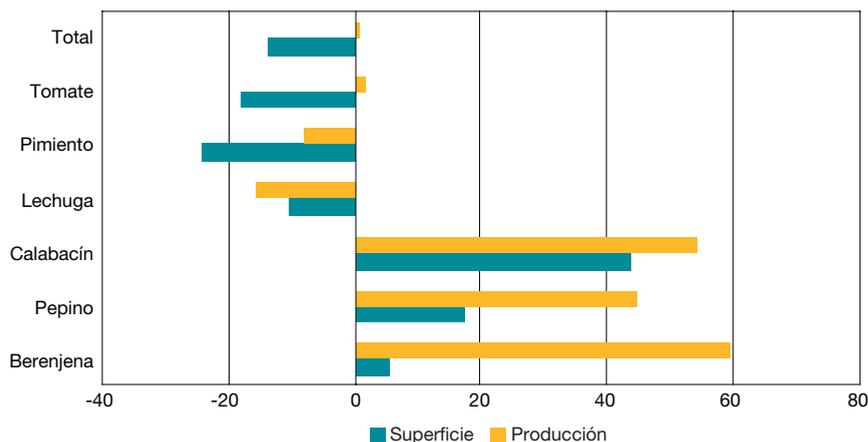


Fuente: MAGRAMA (varios años).

Al objeto de analizar la correlación existente entre las variaciones que han tenido lugar en la superficie de hortalizas cultivada y la producción obtenida por especies se ha confeccionado el Gráfico 18 que muestra la tasa de variación de ambos indicadores entre los años 2002 y 2012. De la observación del mismo se infiere que se ha producido una mejora de la productividad de las hortalizas españolas en la última década ya que, mientras que la superficie se ha reducido en un 13,6 %, la producción ha crecido ligeramente (un 0,6 %). El desglose por tipo de hortaliza considerada pone de manifiesto comportamientos muy dispares. Por una parte estarían aquellas hortalizas en las que la superficie se ha reducido. En el caso del tomate, aunque la superficie disminuye, la producción crece ligeramente (un 1,7 %), mostrando una mejora de la productividad. En el caso del pimiento se produce una reducción de la superficie y de la producción, y también se ha producido una mejora de la productividad puesto que la caída de la superficie es superior a la de la producción. Y en el caso de la lechuga ha tenido lugar un empeoramiento de la productividad como consecuencia de que la reducción de la superficie ha sido mayor que la de la producción. Y por otra parte, estarían aquellas otras hortalizas en las que la superficie se ha incrementado

(calabacín, pepino y berenjena). En todos estos casos se produce una mejora de la productividad puesto que el incremento de la producción ha sido superior al de la superficie, destacando el buen comportamiento de la berenjena y el pepino.

Gráfico 18. Tasas de variación de la superficie y la producción de hortalizas en España entre 2002 y 2012

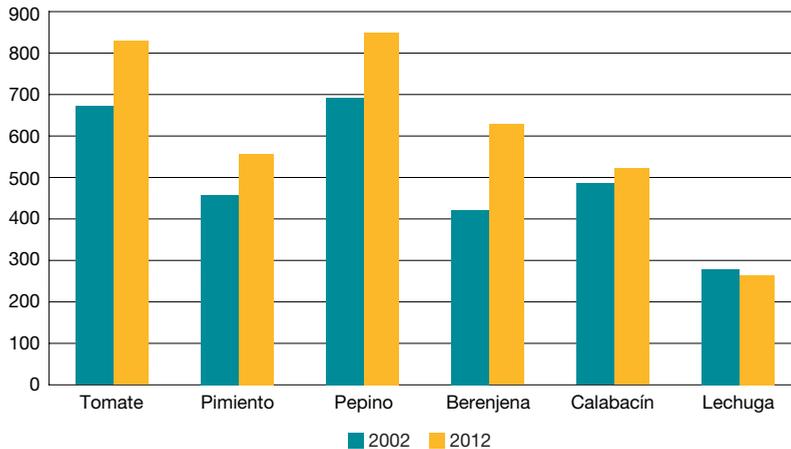


Fuente: MAGRAMA (varios años). Elaboración propia.

La evolución de los rendimientos en los diferentes cultivos de hortalizas ha sido muy variable a lo largo de la última década, marcada fundamentalmente por las oscilaciones en la producción, aunque en términos generales la tendencia ha sido positiva (Gráfico 19). Así, el rendimiento medio ha aumentado bastante en la berenjena (un 51,2 %), ha mejorado de manera notable en tomate (23,8 %), pepino (22,3 %) y pimiento (20,9 %), ha crecido ligeramente en calabacín (8,1 %) y solo ha disminuido en lechuga (un 5,4 %). Detrás de esta mejora global de los rendimientos de las hortalizas consideradas está el mayor peso relativo que actualmente tienen los cultivos de regadío protegidos frente a los desarrollados al aire libre. Así, en el caso del tomate de regadío cultivado al aire libre se obtienen 72.605 kg/ha en 2012, mientras que en el cultivo

protegido se alcanzan 101.720 kg/ha, lo que representa un incremento del rendimiento del 40,1 %. Las diferencias entre el cultivo al aire libre y protegido en el resto de hortalizas son aún más elevadas. Así, para el calabacín se sitúa en el 89,6 %, para el pimiento en el 111,4 %, para la berenjena en el 161,1 % y para el pepino en el 211,5 %.

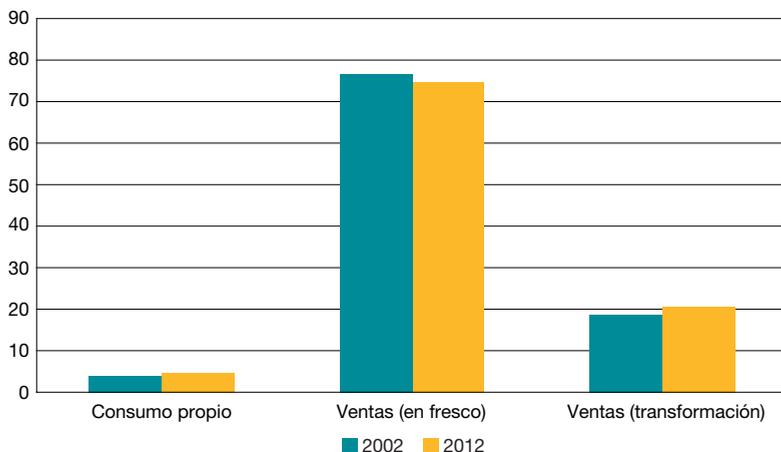
Gráfico 19. Rendimiento de las hortalizas por especie en España en 2002 y 2012. En qm/ha



Fuente: MAGRAMA (varios años). Elaboración propia.

Un último aspecto a considerar es el destino de la producción de las hortalizas. En términos generales, la mayor parte de la producción tiene como fin las ventas en fresco (en torno al 75 %). A lo largo de esta última década se han producido solo algunas pequeñas modificaciones en el destino (Gráfico 20). Así, las ventas en fresco pierden peso pasando del 76,9 % en 2002 al 74,8 % en 2012; mientras que las ventas para la transformación ganan participación pasando del 18,8 al 20,4 %, respectivamente; y la parte destinada a consumo propio continua siendo marginal y prácticamente mantiene su participación relativa pasando del 4,2 al 4,8 %.

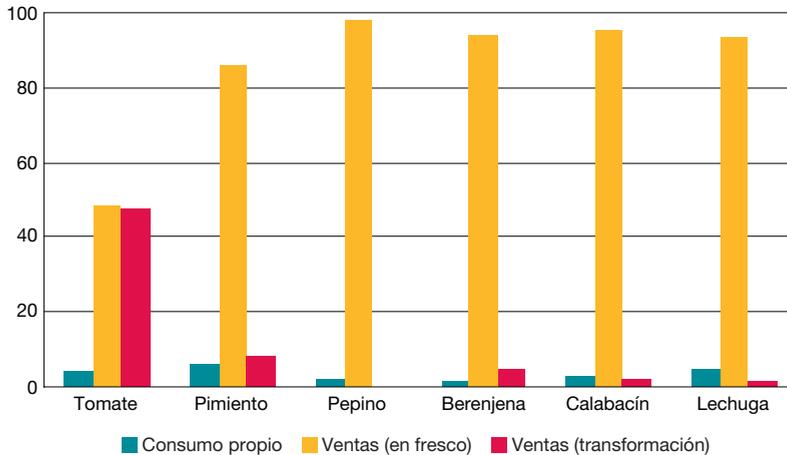
Gráfico 20. Destino de la producción de las hortalizas en España en 2002 y 2012. En porcentaje



Fuente: MAGRAMA (varios años). Elaboración propia.

El desglose del destino de la producción por tipo de hortaliza permite apreciar ciertas diferencias (Gráfico 21). Así, aunque en todas las hortalizas consideradas el destino principal de la producción es la venta en fresco, su predominio es casi total en el caso del pepino, berenjena, calabacín y lechuga con porcentajes superiores al 93 %, alcanzándose el máximo en el caso del pepino con un porcentaje del 98,2 %. En el caso del pimiento, el porcentaje que se destina a la venta para la transformación es algo más elevado situándose en el 8,3 %, si bien el porcentaje más alto se da en el tomate, que destina el 47,7 % del total de su producción a la venta para la transformación. Y en todas las hortalizas la parte de la producción destinada al consumo propio es marginal oscilando entre el 1,2 % de la berenjena y el 5,8 % del pimiento.

**Gráfico 21. Destino de la producción de hortalizas por especie en 2012.
En porcentaje**



Fuente: MAGRAMA (varios años). Elaboración propia.

4. Costes de producción, resultados económicos y cadena de valor

4.1. Costes de producción y resultados técnico-económicos de las explotaciones

En este apartado se van a analizar los costes de producción de cuatro de las principales regiones productoras de las hortalizas consideradas (Andalucía, Murcia, Valencia y Castilla-La Mancha). Con esta selección abarcaremos las hortalizas más importantes que se producen en invernadero (tomate, pimiento, pepino y calabacín) y otras dos producidas al aire libre (tomate y lechuga). Y para ello se emplearán los datos aportados por la serie de «Análisis de la economía de los sistemas de producción» elaborada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

En el caso de Andalucía se dispone de datos para cuatro hortalizas cultivadas en invernadero (tomate, pimiento, pepino y calabacín). El número de explotaciones analizadas ha sido de 13 en tomate, 9 en pimiento, 18 en pepino y 8 en calabacín. La superficie media de cada cultivo es de 1,66 ha en tomate, 1,37 ha en pimiento, 1,49 ha en pepino

y 1,13 ha en calabacín. El régimen de tenencia predominante es el de propiedad (35 explotaciones) frente al mixto propiedad-arrendamiento (5 explotaciones). En 23 explotaciones se cultivó en segunda cosecha, bien en la totalidad de la superficie (16 explotaciones) o en parte de ella (7 explotaciones). En las 17 explotaciones restantes solamente hubo cultivos de primera cosecha. La producción media por hectárea en tomate es de 85.451 kg, en pimiento es de 67.967 kg, en pepino es de 98.221 kg y en calabacín es de 56.074 kg. En 22 explotaciones se dispone de tractor y todas ellas tienen distintos tipos de máquinas y aperos de uso corriente (equipos para tratamientos fitosanitarios, programadores de riego, remolques, abonadoras, etc.). La mano de obra es familiar y asalariada, habiéndose empleado está última en todas las explotaciones analizadas. Los trabajos que se realizan con mano de obra contratada son los de quitar y poner plástico, blanqueo y tratamientos fitosanitarios, mientras que los restantes (labores preparatorias, desinfección del suelo, siembra o trasplante, destalle, entutorado, estriado, etc.) se llevan a cabo con mano de obra propia o ajena. Las necesidades de mano de obra son muy elevadas (2.047 horas de trabajo por hectárea de cultivo). La remuneración de la mano de obra familiar se ha estimado en 10.000 €/UTA. La distribución porcentual del valor medio del capital de explotación, sin incluir el circulante, es el siguiente: tierras y plantaciones (70,4 %), construcciones e instalaciones (22,4 %) y maquinaria y equipo (7,2 %). Y el precio de venta considerado en tomate es de 70,73 €/100 kg, en pimiento es de 67,10 €/100 kg, en pepino es de 51,66 €/100 kg y en calabacín es de 61,53 €/100 kg.

La estructura completa de los costes de producción de cada una de estas hortalizas es la recogida en la Tabla 31. En el caso del tomate las cuatro partidas de costes más importantes son mano de obra asalariada (21,8 %), fertilizantes (12,1 %), mano de obra familiar (10,6 %) y amortizaciones (10,4 %). En el caso del pimiento, la partida más importante es la mano de obra familiar (13,7 %), seguida de semillas y plantas (13,7 %), productos fitosanitarios (13,6 %) y fertilizantes (13,5 %). En el caso del pepino el coste más relevante también es la mano de

obra familiar (13,5 %), seguido de los fertilizantes (13 %), amortizaciones (12,2 %) y mano de obra asalariada (11,8 %). La estructura de costes del calabacín es algo diferente ya que la primera partida son los fertilizantes (22,2 %), si bien le sigue muy de cerca la mano de obra familiar (22 %) y a más distancia los productos fitosanitarios (8,6 %) y la mano de obra asalariada (7,6 %). Al ser una hortaliza que se desarrolla en invernadero su estructura de costes refleja su carácter intensivo en *inputs* y mano de obra. Así, de manera agregada la partida de «costes directos» (semillas, plantas, fertilizantes, productos fitosanitarios y otros suministros) es la más importante en todos los cultivos, alcanzándose un máximo en el caso del pimiento con el 47,9 % y un mínimo del 33 % en el tomate. Y la segunda partida más relevante es la mano de obra (familiar y asalariada) que alcanza un máximo del 32,4 en el caso del tomate y un mínimo del 22,5 % en el caso del pimiento. Además, en el caso del tomate el peso de la mano de obra asalariada es mayor que el de la familiar (21,8 % frente al 10,6 %), mientras que en el resto de los cultivos la mano de obra familiar es la más relevante (en el pimiento representa el 13,7 % frente al 8,8 % de la asalariada; en el pepino el 13,5 % frente al 11,8 %; y en el calabacín el 22 % frente al 7,6 %). La tercera partida más significativa es amortizaciones de las instalaciones que alcanza un máximo del 12,2 % en el caso del pepino y un mínimo del 6,1 % en el calabacín.

En la tabla 32 se recogen los resultados productivos y económicos de las cuatro hortalizas consideradas. El margen neto obtenido ha sido positivo en todas ellas (en tomate es de 14.210,6 €/ha, en pimiento es de 11.468,1 €/ha, en pepino es de 18.260,4 €/ha y en calabacín es de 14.020,6 €/ha). Además, si se incorpora la partida «otros costes indirectos» que incluye la mano de obra familiar, la renta de la tierra y los intereses de otros capitales propios, el resultado es que en todas las hortalizas se cubren esos costes y se obtiene un beneficio siendo de 4.060,6 €/ha en el caso del tomate, 2.826,1 €/ha en pimiento, 8.997,4 €/ha en pepino y 5.911,3 €/ha en calabacín. Por tanto, en todos los cultivos los rendimientos obtenidos han permitido cubrir los costes completos de la producción dando lugar a márgenes positivos.

Tabla 31. Costes de producción del tomate, pimiento, pepino y calabacín en invernadero en Andalucía (2010)

Concepto	Tomate		Pimiento		Pepino		Calabacín	
	€/ha	%	€/ha	%	€/ha	%	€/ha	%
1. Costes directos								
Semillas y plantas	3.148,4	5,6	5.854,2	13,7	4.010,1	9,6	923,4	3,2
Fertilizantes	6.820,9	12,1	5.776,4	13,5	5.438,6	13,0	6.364,3	22,2
Productos fitosanitarios	3.238,7	5,7	5.810,9	13,6	3.661,2	8,8	2.468,0	8,6
Otros suministros	5.411,9	9,6	3.030,5	7,1	3.249,3	7,8	1.741,4	6,1
Total costes directos	18.619,9	33,0	20.472,0	47,9	16.359,2	39,2	11.497,1	40,1
2. Maquinaria								
Trabajos contratados	143,3	0,3	0,0	0,0	180,2	0,4	0,0	0,0
Carburantes y lubricantes	628,0	1,1	408,0	1,0	487,3	1,2	389,1	1,4
Reparaciones y repuestos	532,0	0,9	390,9	0,9	358,4	0,9	210,0	0,7
Total maquinaria	1.303,3	2,3	798,9	1,9	1.025,9	2,5	599,1	2,1
3. Mano de obra asalariada	12.270,0	21,8	3.784,2	8,8	4.925,7	11,8	2.188,0	7,6
4. Costes indirectos pagados								
Cargas sociales	4.024,7	7,1	2.417,7	5,7	2.933,3	7,0	2.016,8	7,0
Seguros de capitales propios	632,0	1,1	427,6	1,0	418,6	1,0	273,9	1,0
Canon de arrendamiento	279,8	0,5	769,8	1,8	209,3	0,5	1.264,2	4,4
Contribuciones e impuestos	156,4	0,3	179,0	0,4	148,6	0,4	129,8	0,5
Conservación de edificios	341,7	0,6	163,2	0,4	239,4	0,6	170,8	0,6
Otros gastos generales	2.762,8	4,9	1.794,9	4,2	1.149,4	2,8	685,7	2,4
Total costes indirectos pagados	8.197,4	14,5	5.752,2	13,4	5.098,6	12,2	4.541,2	15,8
5. Amortizaciones	5.835,4	10,4	3.329,8	7,8	5.073,0	12,2	1.757,7	6,1
Subtotal	46.226,0	82,0	34.137,1	79,8	32.482,4	77,8	20.583,1	71,7
6. Otros costes indirectos								
Renta de la tierra	1.699,4	3,0	1.418,2	3,3	1.622,1	3,9	1.113,1	3,9
Intereses de otros capitales	2.482,6	4,4	1.342,6	3,1	1.997,6	4,8	689,0	2,4
Mano de obra familiar	5.968,0	10,6	5.881,2	13,7	5.643,3	13,5	6.307,3	22,0
Total otros costes indirectos	10.150,0	18,0	8.642,0	20,2	9.263,0	22,2	8.109,4	28,3
Total costes de producción	56.376,0	100,0	42.779,1	100,0	41.745,4	100,0	28.692,5	100,0

Fuente: MAGRAMA (2012).

Tabla 32. Resultados productivos y económicos del tomate, pimiento, pepino y calabacín en invernadero en Andalucía (2010)

Concepto	Tomate	Pimiento	Pepino	Calabacín
I. Producción				
Número de explotaciones	13	9	18	8
Superficie de cultivo (ha)	1,66	1,37	1,49	1,13
Producción (kg/ha) (1)	85.451	67.967	98.221	56.074
Ingresos de productos* (2)	60.436,6	45.605,2	50.742,9	34.503,6
Subvenciones* (3)	0,0	0,0	0,0	0,0
Indemnizaciones y otros ingresos* (4)	0,0	0,0	0,0	100,2
Producto bruto* (5) = (2) + (3) + (4)	60.436,6	45.605,2	50.742,9	34.603,8
Precio de venta (€/100kg) (6) = 100 x (2) / (1)	70,73	67,10	51,66	61,53
Precio obtenido (€/100kg) (7) = 100 x (5) / (1)	70,73	67,10	51,66	61,53
II. Costes y márgenes				
Costes directos* (8)	18.619,9	20.472,0	16.359,2	11.497,1
Margen bruto estándar* (9) = (5) - (8)	41.816,7	25.133,2	34.383,7	23.106,7
Maquinaria + Mano de obra asalariada* (10)	13.573,3	4.583,1	5.951,7	2.787,1
Margen bruto* (11) = (9) - (10)	28.243,4	20.550,1	28.432,0	20.319,6
Costes indirectos pagados* (12)	8.197,4	5.752,2	5.098,6	4.541,3
Renta disponible* (13) = (11) - (12)	20.046,0	14.797,9	23.333,4	15.778,3
Amortizaciones* (14)	5.835,4	3.329,8	5.073,0	1.757,7
Margen neto* (15) = (13) - (14)	14.210,6	11.468,1	18.260,4	14.020,6
Otros costes indirectos* (16)	10.150,0	8.642,0	9.263,0	8.109,3
Beneficio* (17) = (15) - (16)	4.060,6	2.826,1	8.997,4	5.911,3

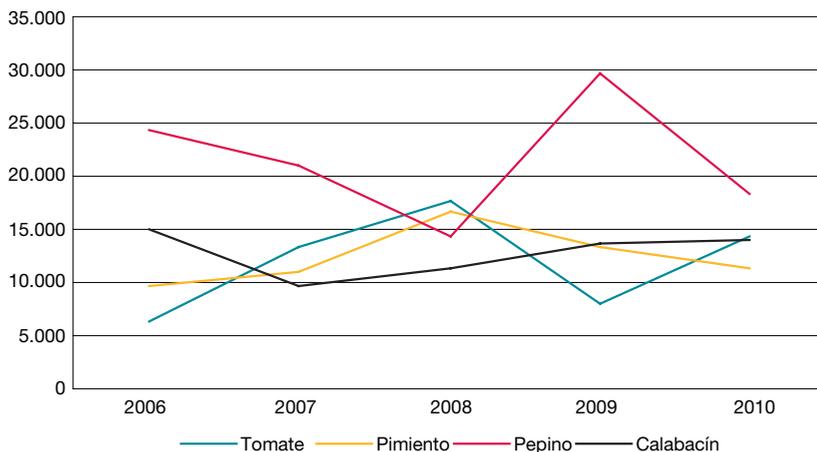
* €/ha.

Fuente: MAGRAMA (2012).

Si se realiza un análisis dinámico de la evolución que ha seguido el margen neto entre los años 2006 y 2010, se puede observar que el comportamiento ha sido positivo para todas las hortalizas consideradas aunque se da una gran variabilidad (Gráfico 22). El cultivo que obtiene un mayor margen neto medio para el período considerado con mucha diferencia es el pepino con 21.524 €/ha, oscilando entre un máximo de 29.549 €/ha en 2009 y un mínimo de 14.368 €/ha en 2008. En segundo lugar estaría el calabacín, con un margen neto medio para el período de 12.734 €/ha, con un máximo de 15.075 €/ha en 2006 y un mínimo de 9.646 €/ha en 2007. Con un margen neto medio muy próximo estaría el pimiento con 12.456 €/ha, oscilando entre un máximo de 16.831 €/ha en

2008 y un mínimo de 9.588 €/ha en 2006. El margen neto medio del período más reducido se obtiene en el tomate con 11.884 €/ha, variando entre un máximo de 17.628 €/ha en 2008 y un mínimo de 7.934 €/ha en 2009.

Gráfico 22. Evolución del margen neto de las hortalizas en invernadero en Andalucía. En €/ha



Fuente: MAGRAMA (2012).

En el caso de Murcia se dispone de datos para tres productos (tomate en invernadero, pimiento en invernadero y lechuga). El número de explotaciones analizadas ha sido de 6 en tomate y pimiento y 9 en el caso de la lechuga. La superficie media de cada cultivo es de 1,29 ha en tomate, 4,31 ha en pimiento y 10,72 ha en lechuga. El régimen de tenencia predominante de la explotación es en propiedad (87,9 %) frente al arrendamiento, y propiedad y arrendamiento que es marginal. La producción media por hectárea en tomate es de 109.682 kg, en pimiento de 83.590 kg y en lechuga de 25.228 kg. Las explotaciones disponen de mano de obra familiar, y se contrata personal asalariado eventual para labores de recolección, poda, riego y otras. Destacan las elevadas necesidades de maquinaria y mano de obra. La distribución porcentual del activo medio de las explotaciones analizadas, sin incluir el capital circulante, es el siguiente: tierras y plantaciones (85,2 %), construcciones e instalaciones (10,2 %) y maquinaria (4,6 %). Y el precio de venta considerado en tomate es de 45,74 €/100 kg, en pimiento es de 53,99 €/100 kg y en lechuga de 25,93 €/100 kg.

La estructura completa de los costes de producción de estas tres hortalizas es la recogida en la Tabla 33. En el caso del tomate en invernadero las cuatro partidas de costes más importantes son mano de obra asalariada (25,1 %), otros suministros (seguro del cultivo, agua de riego y gastos varios) (17,3 %), semillas y plantas (11,4 %) y fertilizantes (9,2 %). En el caso del pimiento en invernadero la estructura de costes es muy similar, ya que la partida más importante es la mano de obra asalariada (29,8 %), seguida de semillas y plantas (18,3 %), amortizaciones (13,9 %) e intereses de otros capitales (9,1 %). Así mismo, en el caso de la lechuga el capítulo de coste más relevante es la mano de obra asalariada (25,9 %), seguido de otros suministros (20,1 %), semillas y plantas (13,7 %) y mano de obra familiar (8,6 %). Al igual que ocurre en el caso de Andalucía, al tratarse de una horticultura intensiva tanto en el caso del tomate y del pimiento (en invernadero) como en el de la lechuga, su estructura de costes refleja el elevado peso que tienen los *inputs* y la mano de obra. Así, de manera agregada, la partida de «costes directos» (semillas, plantas, fertilizantes, productos fitosanitarios y otros suministros) es la más importante en todos los cultivos alcanzándose un máximo en el caso de la lechuga con el 48,6 % y un mínimo en el pimiento con el 38,4 %. La segunda partida más relevante es la mano de obra (familiar y asalariada) que alcanza un máximo del 34,5 % en el caso de la lechuga y un mínimo del 29,8 % en el pimiento. Además, en todos los cultivos el coste de la mano de obra asalariada es la partida más importante con un máximo del 29,8 % en el pimiento y un mínimo del 25,1 % en el tomate.

En la Tabla 34 se recogen los resultados productivos y económicos de las tres hortalizas consideradas. El margen neto obtenido ha sido positivo en las dos hortalizas cultivadas en invernadero (en tomate es de 31.840,9 €/ha y en pimiento es de 11.123,7 €/ha), mientras que en el caso de la lechuga ha sido negativo (-804,1 €/ha). Además, si se incorpora la partida «otros costes indirectos» que incluye la mano de obra familiar, la renta de la tierra y los intereses de otros capitales propios, el resultado es que solo en el caso del tomate y el pimiento invernado se cubren esos costes (el beneficio es de 26.817,7 €/ha y 6.841,5 €/ha, respectivamente), mientras que en el caso de la lechuga se incurre en pérdidas (-2.220,9 €/ha). Por tanto, solo en el caso del cultivo del tomate y del pimiento en invernadero los rendimientos obtenidos han permitido cubrir los costes completos de la producción dando lugar a márgenes positivos.

Tabla 33. Costes de producción del tomate, pimiento y lechuga en Murcia (2011)

Concepto	Tomate invernadero		Pimiento invernadero		Lechuga	
	€/ha	%	€/ha	%	€/ha	%
1. Costes directos						
Semillas y plantas	2.657,9	11,4	7.005,4	18,3	1.203,6	13,7
Fertilizantes	2.144,2	9,2	1.367,2	3,6	614,5	7,0
Productos fitosanitarios	1.116,3	4,8	3.359,0	8,8	671,7	7,7
Otros suministros	4.029,4	17,3	2.978,0	7,8	1.765,4	20,1
Total costes directos	9.947,8	42,6	14.709,6	38,4	4.255,2	48,6
2. Maquinaria						
Trabajos contratados	126,8	0,5	125,7	0,3	29,0	0,3
Carburantes y lubricantes	68,5	0,3	113,1	0,3	114,3	1,3
Reparaciones y repuestos	237,0	1,0	30,8	0,1	31,5	0,4
Total maquinaria	432,3	1,9	269,6	0,7	174,8	2,0
3. Mano de obra asalariada	5.860,5	25,1	11.407,9	29,8	2.273,2	25,9
4. Costes indirectos pagados						
Cargas sociales	968,4	4,1	1.885,1	4,9	318,4	3,6
Seguros de capitales propios	158,2	0,7	0,0	0,0	18,5	0,2
Intereses y gastos financieros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Canon de arrendamiento	118,6	0,5	0,0	0,0	94,0	1,1
Contribuciones e impuestos	135,6	0,6	33,7	0,1	24,7	0,3
Conservación de edificios	97,2	0,4	284,8	0,7	26,0	0,3
Otros gastos generales	0,0	0,0	74,4	0,2	0,0	0,0
Total costes indirectos pagados	1.478,0	6,3	2.278,0	5,9	481,6	5,5
5. Amortizaciones	607,9	2,6	5.340,7	13,9	160,1	1,8
Subtotal	18.326,5	78,5	34.005,8	88,8	7.344,9	83,8
6. Otros costes indirectos						
Renta de la tierra	1.356,8	5,8	806,8	2,1	571,8	6,5
Intereses de otros capitales	1.529,5	6,6	3.475,5	9,1	94,6	1,1
Mano de obra familiar	2.137,0	9,2	0,0	0,0	750,4	8,6
Total otros costes indirectos	5.023,3	21,5	4.282,3	11,2	1.416,8	16,2
Total costes de producción	23.349,8	100,0	38.288,1	100,0	8.761,7	100,0

Fuente: MAGRAMA (2012).

Tabla 34. Resultados productivos y económicos del tomate, pimiento y lechuga en Murcia (2011)

Concepto	Tomate invern.	Pimiento invern.	Lechuga
I. Producción			
Número de explotaciones	6	6	9
Superficie de cultivo (ha)	1,29	4,31	10,72
Producción (kg/ha) (1)	109.682	83.590	25.228
Ingresos de productos* (2)	50.167,3	45.129,3	6.540,8
Subvenciones* (3)	0,0	0,0	0,0
Indemnizaciones y otros ingresos* (4)	0,0	0,0	0,0
Producto bruto* (5) = (2) + (3) + (4)	50.167,3	45.129,3	6.540,8
Precio de venta (€/100 kg) (6) = 100 x (2) / (1)	45,74	53,99	25,93
Precio obtenido (€/100 kg) (7) = 100 x (5) / (1)	45,74	53,99	25,93
II. Costes y márgenes			
Costes directos* (8)	9.947,8	14.709,4	4.255,2
Margen bruto estándar* (9) = (5) - (8)	40.219,5	30.419,9	2.285,6
Maquinaria + Mano de obra asalariada* (10)	6.292,8	11.677,5	2.448,1
Margen bruto* (11) = (9) - (10)	33.926,7	18.742,4	-162,5
Costes indirectos pagados* (12)	1.477,9	2.278,0	481,5
Renta disponible* (13) = (11) - (12)	32.448,8	16.464,4	-644,0
Amortizaciones* (14)	607,9	5.340,7	160,1
Margen neto* (15) = (13) - (14)	31.840,9	11.123,7	-804,1
Otros costes indirectos* (16)	5.023,2	4.282,2	1.416,8
Beneficio* (17) = (15) - (16)	26.817,7	6.841,5	-2.220,9

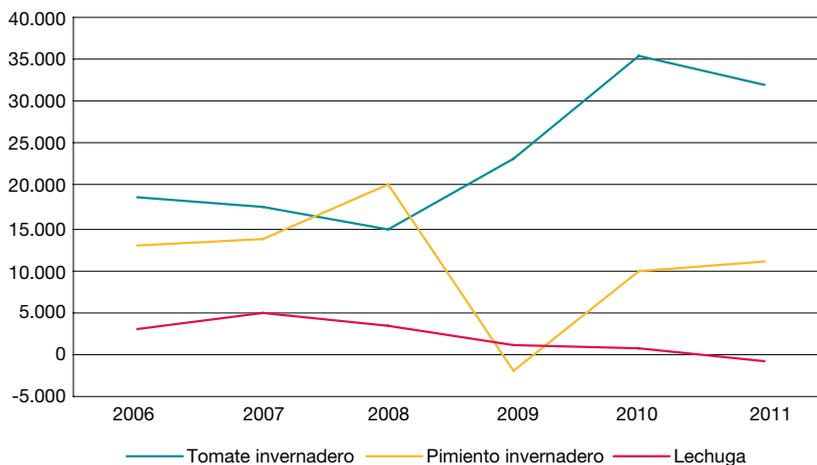
* €/ha.

Fuente: MAGRAMA (2012).

Si se realiza un análisis dinámico de la evolución que ha seguido el margen neto de estos cultivos entre los años 2006 y 2011, se puede observar que en general el comportamiento ha sido bueno puesto que siempre ha sido positivo, excepto en un par de años (Gráfico 23). La hortaliza que obtiene un mayor margen neto medio para el período considerado es el tomate con 23.611 €/ha, oscilando entre un máximo de 35.340 €/ha en 2010 y un mínimo de 14.986 €/ha en 2008. En el caso del pimiento la rentabilidad obtenida es prácticamente la mitad, alcanzando 11.004 €/ha como media del período con un máximo de 20.326 €/ha en 2008 y un mínimo de -1.948 €/ha en 2009, que es el único año de la serie en el que los resultados fueron negativos. El cultivo que obtiene una menor rentabilidad

es la lechuga, con un margen neto medio para el período de 2.112 €/ha, con un máximo de 5.036 €/ha en 2007 y un mínimo de -804 €/ha en 2011 que es el único año de la serie en el que se obtienen resultados negativos.

Gráfico 23. Evolución del margen neto de las hortalizas en Murcia. En €/ha



Fuente: MAGRAMA (2012).

Al objeto de completar el análisis se presentan los datos de Valencia para el caso del tomate y el pimiento en invernadero y de la lechuga. El número de explotaciones analizadas ha sido de 22 en tomate, 20 en pimiento y 5 en el caso de la lechuga. La superficie media de cada cultivo es de 0,28 ha en tomate, 1,51 ha en pimiento y 0,82 ha en lechuga. El régimen de tenencia predominante de la tierra es en propiedad (75,2 %), seguido de ‘propiedad y arrendamiento’ y ‘arrendamiento’. La producción media por hectárea en tomate es de 38.935 kg, en pimiento es de 118.070 kg y en lechuga de 38.886 kg. Las explotaciones disponen de mano de obra familiar, empleada frecuentemente a tiempo parcial por la reducida dimensión de muchas de ellas; y se contrata personal asalariado eventual para labores de recolección, poda, riego y otras. La distribución porcentual del valor medio del activo de las explotaciones es el siguiente: tierras y plantaciones (82,1 %), construcciones e instalaciones (11,1 %) y maquinaria (6,8 %). Y el precio de venta considerado en tomate es de 55,69 €/100 kg, en pimiento de 48,22 €/100 kg y en lechuga es 17,63 €/100 kg.

La estructura completa de los costes de producción de estas tres hortalizas ser recoge en la Tabla 35. En el caso del tomate en invernadero, las cuatro partidas de costes más importantes son: mano de obra familiar (31,8 %), semillas y plantas (16 %), cargas sociales (11,4 %) y otros suministros (9,3 %). En el caso del pimiento en invernadero, la estructura es muy similar ya que la partida más importante es la mano de obra asalariada (26,6 %), seguida de otros suministros (20,8 %), semillas y plantas (17,7 %) y productos fitosanitarios (12,8 %). Así mismo, en el caso de la lechuga, la partida más elevada es la mano de obra asalariada (25,7 %), seguida de semillas y plantas (16,5 %), fertilizantes (11,4 %) y amortizaciones (9 %). Al igual que ocurre en los dos casos anteriormente analizados, al tratarse de una horticultura intensiva, tanto en el tomate y el pimiento (en invernadero) como en la lechuga, su estructura de costes está marcada por el elevado peso de los *inputs* y la mano de obra. Así, de manera agregada la partida de «costes directos» (semillas, plantas, fertilizantes, productos fitosanitarios y otros suministros) es la más importante en todos los cultivos, alcanzándose un máximo en el caso del pimiento con el 57,6 % y un mínimo en del tomate con el 36,2 %. La segunda partida más relevante es la mano de obra (familiar y asalariada) que alcanza un máximo del 37,8 % en el caso del tomate y un mínimo del 25,7 % en el de la lechuga. La diferencia estriba en que en el tomate la mano de obra familiar es absolutamente dominante (31,8 % frente al 6 % de la asalariada), mientras que en el pimiento y la lechuga se emplea exclusivamente mano de obra asalariada.

En la Tabla 36 se recogen los resultados productivos y económicos de las tres hortalizas consideradas. El margen neto obtenido ha sido positivo en el caso del tomate y del pimiento cultivados en invernadero (8.896,4 €/ha y 17.406,5 €/ha, respectivamente), mientras que en la lechuga ha sido negativo (-3.272,7 €/ha). Además, si se incorpora la partida «otros costes indirectos» que incluye la mano de obra familiar, la renta de la tierra y los intereses de otros capitales propios, el resultado es que solo en el caso del tomate y el pimiento se cubren esos costes (el beneficio es de 1.643,1 €/ha y 16.562,9 €/ha, respectivamente), mientras que en la lechuga se incurre en pérdidas (-3.808,9 €/ha). Por tanto, solo en el caso del cultivo del tomate y del pimiento en invernadero los rendimientos obtenidos han permitido cubrir los costes completos de la producción dando lugar a márgenes positivos.

Tabla 35. Costes de producción del tomate, pimiento y lechuga en Valencia (2011)

Concepto	Tomate invernadero		Pimiento invernadero		Lechuga	
	€/ha	%	€/ha	%	€/ha	%
1. Costes directos						
Semillas y plantas	3.208,8	16,0	7.146,0	17,7	1.758,6	16,5
Fertilizantes	1.246,8	6,2	2.540,9	6,3	1.216,7	11,4
Productos fitosanitarios	931,2	4,6	5.162,4	12,8	973,0	9,1
Otros suministros	1.865,3	9,3	8.392,0	20,8	889,7	8,3
Total costes directos	7.252,1	36,2	23.241,3	57,6	4.838,0	45,4
2. Maquinaria						
Trabajos contratados	74,0	0,4	398,7	1,0	560,0	5,3
Carburantes y lubricantes	144,6	0,7	533,9	1,3	524,0	4,9
Reparaciones y repuestos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total maquinaria	218,6	1,1	932,6	2,3	1.084,0	10,2
3. Mano de obra asalariada	1.206,7	6,0	10.721,2	26,6	2.736,5	25,7
4. Costes indirectos pagados						
Cargas sociales	2.287,0	11,4	1.374,7	3,4	160,9	1,5
Seguros de capitales propios	61,0	0,3	97,3	0,2	13,7	0,1
Intereses y gastos financieros	0,0	0,0	309,5	0,8	73,1	0,7
Canon de arrendamiento	460,3	2,3	90,3	0,2	27,0	0,3
Contribuciones e impuestos	87,2	0,4	178,4	0,4	27,0	0,3
Conservación de edificios	0,0	0,0	1.273,7	3,2	169,5	1,6
Otros gastos generales	0,0	0,0	320,5	0,8	33,8	0,3
Total costes indirectos pagados	2.895,5	14,4	3.644,4	9,0	505,0	4,7
5. Amortizaciones	1.214,8	6,1	933,5	2,3	963,0	9,0
Subtotal	12.787,7	63,8	39.473,0	97,8	10.126,5	95,0
6. Otros costes indirectos						
Renta de la tierra	349,9	1,7	434,0	1,1	488,8	4,6
Intereses de otros capitales	522,6	2,6	463,6	1,1	47,5	0,4
Mano de obra familiar	6.380,8	31,8	0,0	0,0	0,0	0,0
Total otros costes indirectos	7.253,3	36,2	897,6	2,2	536,3	5,0
Total costes de producción	20.041,0	100,0	40.370,6	100,0	10.662,8	100,0

Fuente: MAGRAMA (2012).

Tabla 36. Resultados productivos y económicos del tomate, pimiento y lechuga en Valencia (2011)

Concepto	Tomate invern.	Pimiento invern.	Lechuga
I. Producción			
Número de explotaciones	22	20	5
Superficie de cultivo (ha)	0,28	1,51	0,82
Producción (kg/ha) (1)	38.935	118.070	38.886
Ingresos de productos* (2)	21.684,2	56.933,6	6.854,0
Subvenciones* (3)	0,0	0,0	0,0
Indemnizaciones y otros ingresos* (4)	0,0	0,0	0,0
Producto bruto* (5) = (2) + (3) + (4)	21.684,2	56.933,6	6.854,0
Precio de venta (€/100 kg) (6) = 100 x (2) / (1)	55,69	48,22	17,63
Precio obtenido (€/100 kg) (7) = 100 x (5) / (1)	55,69	48,22	17,63
II. Costes y márgenes			
Costes directos* (8)	7.252,3	23.241,4	4.838,1
Margen bruto estándar* (9) = (5) - (8)	14.431,9	33.692,2	2.015,9
Maquinaria + Mano de obra asalariada* (10)	1.425,3	11.653,8	3.820,6
Margen bruto* (11) = (9) - (10)	13.006,6	22.038,4	-1.804,7
Costes indirectos pagados* (12)	2.895,4	3.644,4	505,0
Renta disponible* (13) = (11) - (12)	10.111,2	18.394,0	-2.309,7
Amortizaciones* (14)	1.214,8	933,5	963,0
Margen neto* (15) = (13) - (14)	8.896,4	17.460,5	-3.272,7
Otros costes indirectos* (16)	7.253,3	897,6	536,2
Beneficio* (17) = (15) - (16)	1.643,1	16.562,9	-3.808,9

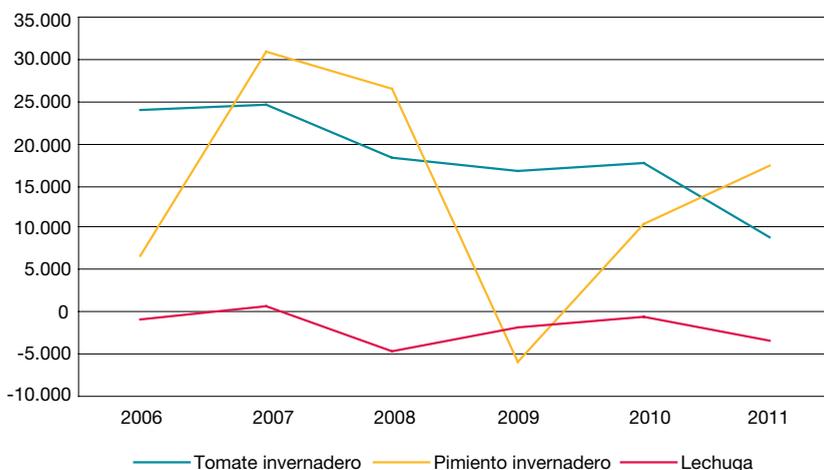
* €/ha.

Fuente: MAGRAMA (2012).

Si se realiza un análisis dinámico de la evolución que ha seguido el margen neto de estos cultivos entre los años 2006 y 2011, se puede observar que, en general, el comportamiento ha sido bueno en tomate y pimiento cultivados en invernadero puesto que siempre ha sido positivo excepto en un año. Mientras, el comportamiento en la lechuga es bastante más irregular (Gráfico 24). La hortaliza que obtiene un mayor margen neto medio para el período considerado es el tomate con 18.363 €/ha, oscilando entre un máximo de 24.649 €/ha en 2007 y un mínimo de 8.896 €/ha en 2011. En el caso del pimiento, la rentabilidad obtenida es de 14.319 €/ha como media del período con un mayor grado de variabilidad puesto que oscila entre un máximo de 30.958 €/ha en

2007 y un mínimo de -5.978 €/ha en 2009, que es el único año de la serie en el que se obtienen resultados negativos. Por el contrario, en el cultivo de la lechuga el margen neto medio para el período es de -1.746 €/ha, con un máximo de 554 €/ha en 2007 (único año de la serie en positivo) y un mínimo de -4.511 €/ha en 2008 que es el año en el que se obtiene la máxima pérdida.

Gráfico 24. Evolución del margen neto de las hortalizas en Valencia. En €/ha



Fuente: MAGRAMA (2012).

Finalmente, con el propósito de complementar el análisis se presentan los datos de Castilla-La Mancha para el caso del tomate al aire libre, el tomate para industria y la lechuga. El número de explotaciones analizadas ha sido de 7 en tomate fresco, 8 en tomate para industria y 5 en el caso de la lechuga. La superficie media de cada cultivo es de 1,40 ha en tomate fresco, 3,65 ha en tomate para industria y 1,24 ha en lechuga. El régimen de tenencia predominante de la tierra es en propiedad y arrendamiento (72 %) seguido de en propiedad (24 %). La producción media por hectárea en tomate fresco es de 42.469 kg, en tomate para industria es de 56.242 kg y en lechuga es de 29.865 kg. Las explotaciones disponen de mano de obra familiar, empleada frecuentemente

a tiempo parcial por la reducida dimensión de muchas de ellas; y se contrata personal asalariado eventual para labores de recolección, poda, riego y otras. Los índices de hectáreas por explotación y por UTA fueron, respectivamente, de 31,75 y 20,50. La remuneración media de la mano de obra familiar se ha estimado en 12.000 €/UTA. La distribución porcentual del valor medio del activo de las explotaciones es el siguiente: tierras y plantaciones (83,8 %), construcciones e instalaciones (4,2 %) y maquinaria (12 %). Y el precio de venta considerado en tomate en fresco es de 25,08 €/100 kg, en tomate para industria es de 9,09 €/100 kg y en lechuga es de 20,39 €/100 kg.

La estructura completa de los costes de producción de estas tres hortalizas es la recogida en la Tabla 37. En el caso del tomate cultivado al aire libre para consumo en fresco las cuatro partidas más importantes son mano de obra familiar (19,9 %), mano de obra asalariada (18,4 %), cargas sociales (12,6 %) y otros gastos generales (9,2 %). En el caso del tomate para industria la estructura de costes es bastante diferente ya que la partida más importante es semillas y plantas (15,8 %), seguida de cargas sociales (11 %), reparaciones y repuestos de maquinaria (9,2 %) y fertilizantes (8,4 %). En el caso de la lechuga su estructura está más próxima a la del tomate ya que el capítulo de coste más relevante también es la mano de obra familiar (29,5 %), seguida de semillas y plantas (19,3 %), cargas sociales (11,1 %) y productos fitosanitarios (7,1 %). Frente a los tres territorios anteriormente analizados, al tratarse ahora del cultivo de tomate al aire libre, la estructura de costes cambia y los costes indirectos pasan a ser los más relevantes con un peso del 25,3 % junto a la mano de obra (familiar y asalariada) que representa el 28,3 % del total. El tomate para industria y la lechuga sí que presentan una estructura de costes muy similar a la de otras comunidades autónomas analizadas ya que la partida de «costes directos» (semillas, plantas, fertilizantes, productos fitosanitarios y otros suministros) también es la más importante en el tomate de industria y la lechuga (34,2 y 35,3 %, respectivamente). Y la segunda partida más relevante es la mano de obra (familiar y asalariada) que alcanza un máximo del 37,8 % en el caso del tomate y un mínimo del 25,7 % en el de la lechuga. La diferencia estriba en que en el caso del tomate para industria los costes vinculados a la maquinaria adquieren una gran relevancia (12,7 %), mientras que en el de la lechuga el peso de la mano de obra (familiar y asalariada) es muy importante (32,9 %).

Tabla 37. Costes de producción del tomate y la lechuga en Castilla-La Mancha (2011)

Concepto	Tomate en fresco		Tomate industria		Lechuga	
	€/ha	%	€/ha	%	€/ha	%
1. Costes directos						
Semillas y plantas	507,7	6,5	844,8	15,8	1.239,0	19,3
Fertilizantes	312,6	4,0	452,1	8,4	423,1	6,6
Productos fitosanitarios	319,0	4,1	259,8	4,8	458,6	7,1
Otros suministros	601,0	7,6	278,4	5,2	149,1	2,3
Total costes directos	1.740,3	22,1	1.835,1	34,2	2.269,8	35,3
2. Maquinaria						
Trabajos contratados	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Carburantes y lubricantes	183,7	2,3	188,4	3,5	215,1	3,3
Reparaciones y repuestos	147,1	1,9	492,1	9,2	151,9	2,4
Total maquinaria	330,8	4,2	680,5	12,7	367,0	5,7
3. Mano de obra asalariada	1.443,0	18,4	379,8	7,1	216,1	3,4
4. Costes indirectos pagados						
Cargas sociales	992,0	12,6	591,1	11,0	711,5	11,1
Seguros de capitales propios	51,8	0,7	53,4	1,0	69,6	1,1
Intereses y gastos financieros	16,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Canon de arrendamiento	121,0	1,5	196,6	3,7	120,7	1,9
Contribuciones e impuestos	28,7	0,4	20,9	0,4	20,9	0,3
Conservación de edificios	52,1	0,7	79,7	1,5	0,0	0,0
Otros gastos generales	726,4	9,2	408,9	7,6	273,4	4,3
Total costes indirectos pagados	1.988,1	25,3	1.350,6	25,2	1.196,1	18,6
5. Amortizaciones	394,6	5,0	396,4	7,4	188,5	2,9
Subtotal	5.896,8	75,1	4.642,4	86,6	4.237,5	65,9
6. Otros costes indirectos						
Renta de la tierra	190,5	2,4	237,1	4,4	189,8	3,0
Intereses de otros capitales	203,1	2,6	98,8	1,8	107,4	1,7
Mano de obra familiar	1.566,5	19,9	381,1	7,1	1.896,1	29,5
Total otros costes indirectos	1.960,1	24,9	717,0	13,4	2.193,3	34,1
Total costes de producción	7.856,9	100,0	5.359,3	100,0	6.430,8	100,0

Fuente: MAGRAMA (2012).

En la Tabla 38 se recogen los resultados productivos y económicos de las tres hortalizas consideradas. El margen neto obtenido ha sido positivo en todas ellas (en tomate fresco es de 4.754,3 €/ha, en tomate

para industria de 468,3 €/ha y en lechuga de 1.851,6 €/ha). Además, si se incorpora la partida «otros costes indirectos» que incluyen la mano de obra familiar, la renta de la tierra y los intereses de otros capitales propios, el resultado es que solo en el caso del tomate cultivado al aire libre para consumo en fresco se cubren esos costes (el beneficio es de 2.794,2 €/ha), mientras que en el caso del tomate para industria y la lechuga se incurre en pérdidas (-248,7 €/ha y -341,7 €/ha, respectivamente). Por tanto, solo en el caso del cultivo del tomate al aire libre los rendimientos obtenidos han permitido cubrir los costes completos de la producción dando lugar a márgenes positivos.

Tabla 38. Resultados productivos y económicos del tomate y la lechuga en Castilla-La Mancha (2011)

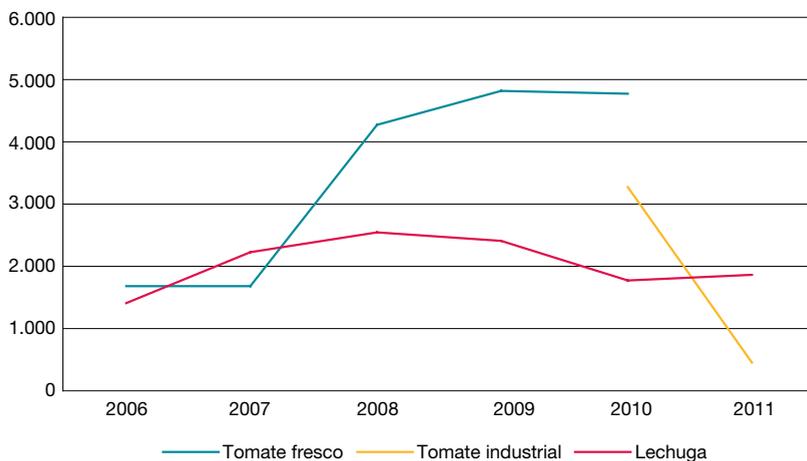
Concepto	Tomate en fresco	Tomate industria	Lechuga
I. Producción			
Número de explotaciones	7	8	5
Superficie de cultivo (ha)	1,40	3,65	1,24
Producción (kg/ha) (1)	42.469	56.242	29.865
Ingresos de productos* (2)	10.651,1	5.110,5	6.088,9
Subvenciones* (3)	0,0	0,0	0,0
Indemnizaciones y otros ingresos* (4)	0,0	0,0	0,0
Producto bruto* (5) = (2) + (3) + (4)	10.651,1	5.110,5	6.088,9
Precio de venta (€/100 kg) (6) = 100 x (2) / (1)	25,08	9,09	20,39
Precio obtenido (€/100 kg) (7) = 100 x (5) / (1)	25,08	9,09	20,39
II. Costes y márgenes			
Costes directos* (8)	1.740,4	1.835,0	2.269,7
Margen bruto estándar* (9) = (5) - (8)	8.910,7	3.275,5	3.819,2
Maquinaria + Mano de obra asalariada* (10)	1.773,8	1.060,4	583,0
Margen bruto* (11) = (9) - (10)	7.136,9	2.215,2	3.236,2
Costes indirectos pagados* (12)	1.988,0	1.350,5	1.196,1
Renta disponible* (13) = (11) - (12)	5.148,9	864,7	2.040,1
Amortizaciones* (14)	394,6	396,4	188,5
Margen neto* (15) = (13) - (14)	4.754,3	468,3	1.851,6
Otros costes indirectos* (16)	1.960,1	716,9	2.193,3
Beneficio* (17) = (15) - (16)	2.794,2	-248,7	-341,7

* €/ha.

Fuente: MAGRAMA (2012).

Si se realiza un análisis dinámico de la evolución que ha seguido el margen neto de estos cultivos en los últimos años, se puede observar que en general el comportamiento ha sido bueno puesto que siempre ha sido positivo (Gráfico 25). La hortaliza que obtiene un mayor margen neto medio para el período considerado es el tomate con 3.438 €/ha, oscilando entre un máximo de 4.806 €/ha en 2010 y un mínimo de 1.677 €/ha en 2008. En el caso de la lechuga la rentabilidad obtenida es algo inferior, con 2.034 €/ha como media del período, con un máximo de 2.556 €/ha en 2008 y un mínimo de 1.388 €/ha en 2006. En el caso del cultivo del tomate para industria solo se dispone de los datos de dos años con un margen neto medio de 1.865 €/ha.

Gráfico 25. Evolución del margen neto de las hortalizas en Castilla-La Mancha. En €/ha



Fuente: MAGRAMA (2012).

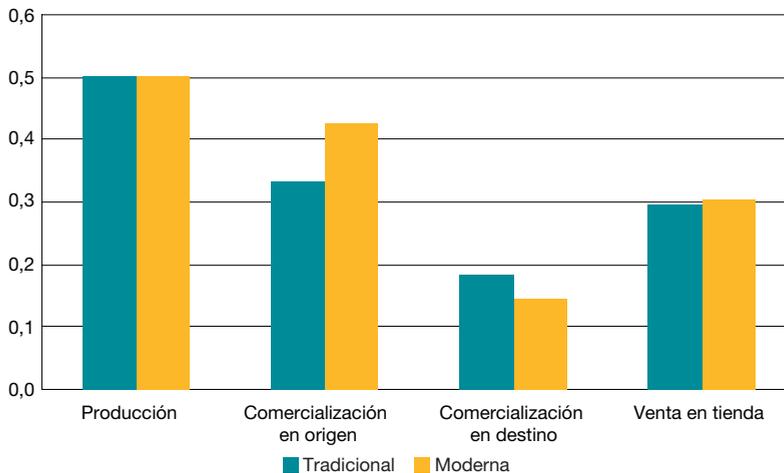
4.2. La cadena de valor

El análisis del proceso de formación de precios, márgenes y resultados debe ser completado con la identificación de lo que ocurre en cada una de las etapas de la cadena de valor. Esta cadena consta de cuatro etapas en cada una de las cuales se realizan actividades con distintos niveles de sofisticación: producción, comercialización en origen, comercialización en destino y venta en tienda. Existen múltiples configuraciones de la cadena de valor básica, aunque a efectos del presente

estudio se van a contemplar únicamente dos variantes que se consideren las más representativas: la tradicional y la moderna. La diferencia entre ambas reside en la participación de mayoristas o plataformas de distribución y en la tipología del punto de venta (tienda tradicional frente a supermercado/hipermercado). Y se van a considerar los tres cultivos más importantes (tomate, pimiento y lechuga) más el del calabacín. Para este análisis se van a emplear los datos aportados por el «Estudio de la cadena de valor y formación de precios» elaborado por el Observatorio de Precios de los Alimentos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

El análisis del proceso de formación de precios parte de la identificación de los diferentes costes que se originan en cada etapa de la cadena de valor. En el caso del tomate (Gráfico 26), tanto en la configuración tradicional como en la moderna la etapa de producción fue la que generó mayores costes en la campaña 2010/11. La etapa de venta en tienda tiene un peso similar en ambos sistemas, mientras que la comercialización en origen representa un mayor coste en la configuración moderna y la comercialización en destino supone un coste más elevado en la tradicional.

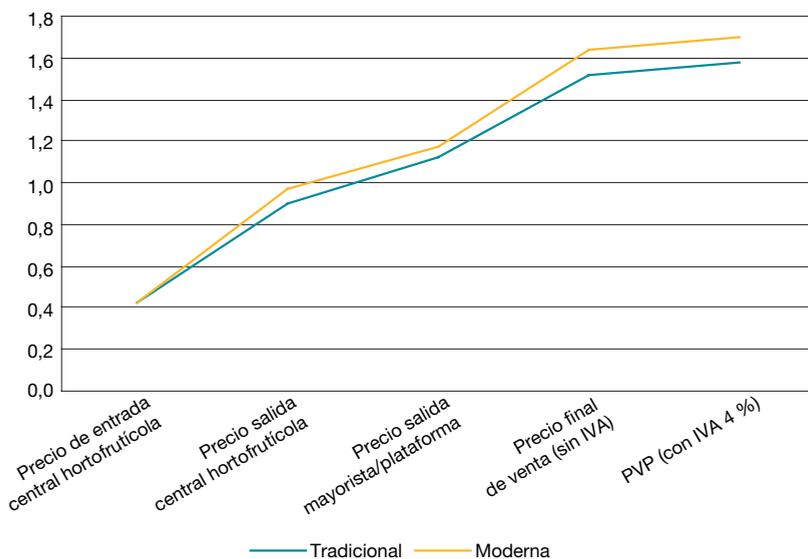
Gráfico 26. Distribución de los costes del tomate por etapas en media en la campaña 2010/11 (€/kg)



Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

El precio al consumidor es la suma de los costes en los que han incurrido los agentes durante el desarrollo de su actividad en cada una de las etapas y los beneficios obtenidos. En el caso de la cadena de valor del tomate (Gráfico 27), el precio de venta al público (PVP) (con IVA 4 %) es de 1,575 €/kg en la cadena tradicional y de 1,701 €/kg en la moderna, lo que representa un incremento sobre el precio de origen de aproximadamente un 274 y 304 %, respectivamente.

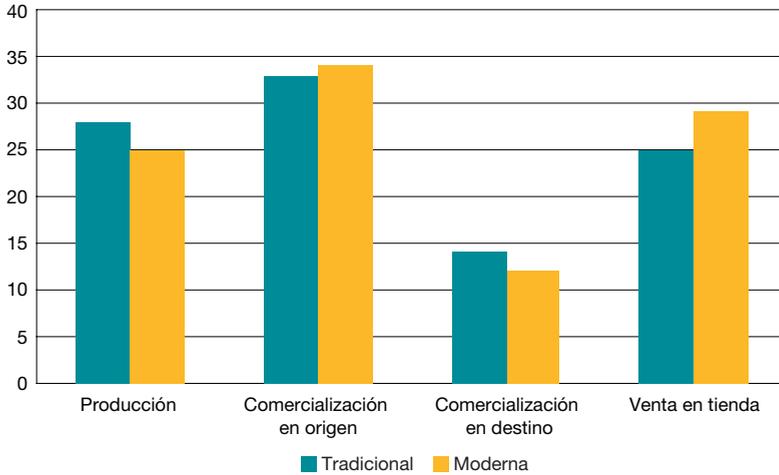
Gráfico 27. Evolución de los precios del tomate por etapas en media en la campaña 2010/11 (€/kg)



Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

El peso de cada etapa sobre el PVP sin IVA se recoge en el Gráfico 28. Tanto en el canal tradicional como en el moderno la etapa con más peso es la comercialización en origen con un 33 y un 34 %, respectivamente. En el canal tradicional la segunda etapa en relevancia es la producción con un 28 %, mientras que en el canal moderno es la venta en tienda con un 29 %. Por el contrario, la comercialización en destino es la etapa con menos peso tanto en la configuración tradicional como en la moderna con un 14 y un 12 %, respectivamente.

Gráfico 28. Peso de las etapas sobre el PVP sin IVA del tomate en media en la campaña 2010/11. En porcentaje

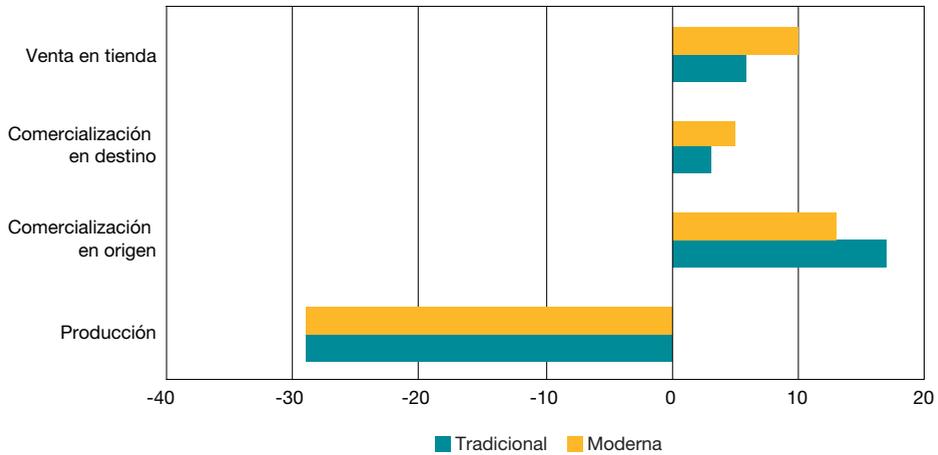


Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

El conjunto de todos los costes producidos en la cadena de valor tradicional supusieron en torno al 84 % del precio final del tomate, mientras que en la moderna se situaron en el 82 %. La suma de los beneficios obtenidos en cada etapa supone un 12 % en la tradicional y un 14 % en la moderna. Ahora bien, el reparto de estos beneficios difiere de forma notable en cada una de las etapas. Así, en la configuración tradicional, en la producción se obtiene una pérdida del 29 %, en la comercialización en origen un beneficio del 17 %, en la comercialización en destino el beneficio es del 3 % y en la venta en la tienda el beneficio es del 6 % (Gráfico 29). En la configuración moderna, el beneficio obtenido en la comercialización en origen es inferior (13 %), pero en la comercialización en destino y la venta en tienda es superior (5 y 10 %, respectivamente).

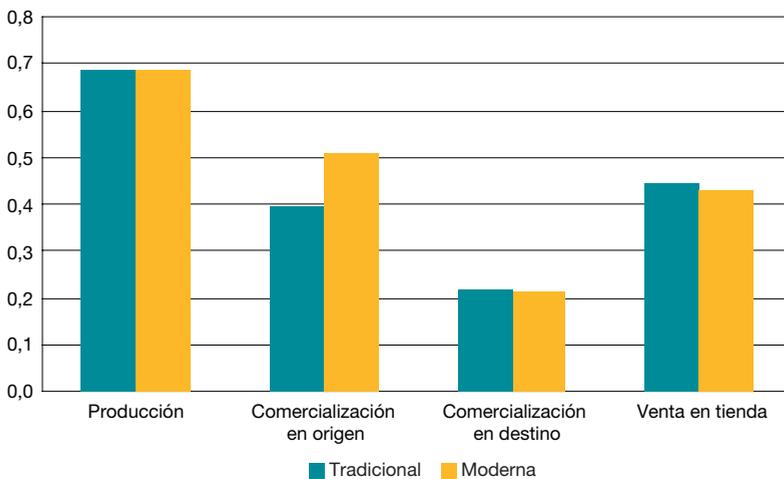
En el caso de la cadena de valor del pimiento (Gráfico 30), en la conformación tradicional al igual que ocurría con el tomate la etapa de producción es la que genera mayores costes en la campaña 2009/10 pero, a diferencia del tomate, seguida de la etapa de venta en tienda. En la cadena moderna, la relevancia de cada una de las etapas es la misma que para el caso del tomate, de manera que la producción y la comercialización en origen son las etapas que más coste representan.

Gráfico 29. Distribución de los beneficios por etapas sobre el PVP del tomate en la campaña 2010/11. En porcentaje



Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

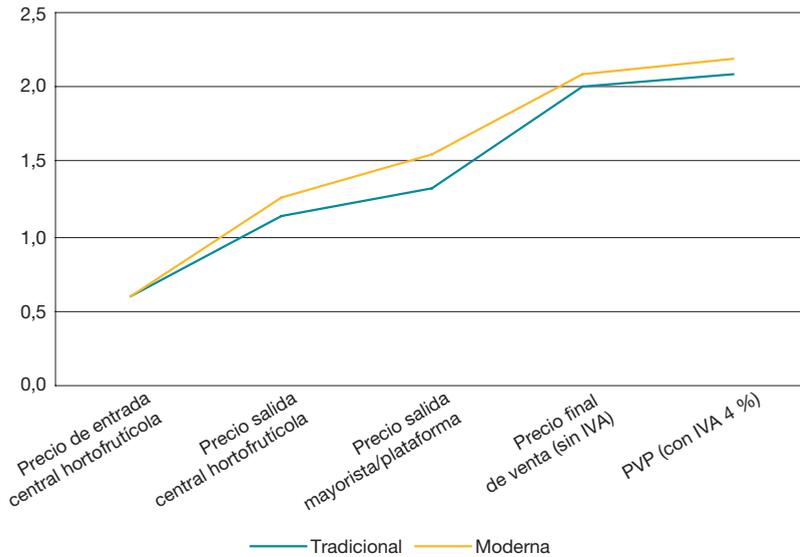
Gráfico 30. Distribución de los costes del pimiento por etapas en media en la campaña 2009/10. En €/kg



Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

En el caso de la cadena de valor del pimiento (Gráfico 31), el PVP (con IVA 4 %) es de 2,078 €/kg en la configuración tradicional y de 2,180 €/kg en la moderna, lo que representa unos incrementos sobre el precio de origen de aproximadamente un 280 y un 299 %, respectivamente.

Gráfico 31. Evolución de los precios del pimiento por etapas en media en la campaña 2009/10. En €/kg



Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

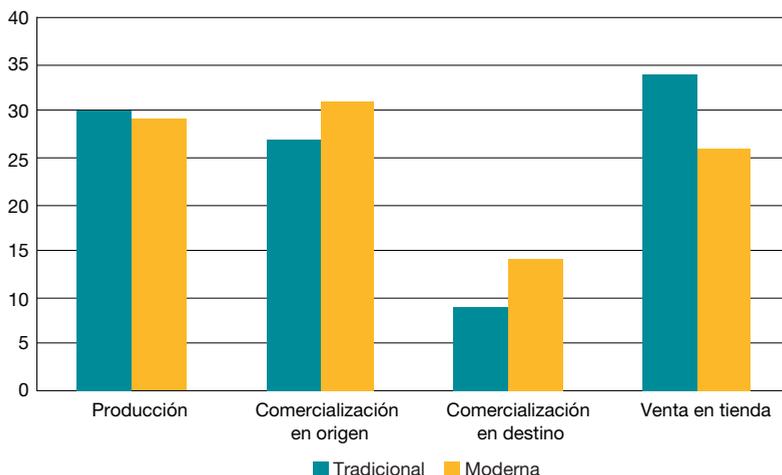
El peso de cada etapa sobre el PVP sin IVA se recoge en el Gráfico 32. En el canal tradicional la fase con más peso es la venta en tienda con un 34 %, seguida de la producción con un 30 %. En el canal moderno la primera etapa en relevancia es la comercialización en origen con un 31 %, seguida, al igual que en el caso del canal tradicional, de la producción con un 29 %.

El conjunto de todos los costes soportados en la cadena de valor tradicional supusieron en torno al 82 % del precio final del pimiento, mientras que en la moderna se situaron en el 85 %. La suma de los beneficios obtenidos en cada fase supone un 14 % en la tradicional y un 13 % en la moderna. Ahora bien, el reparto de estos beneficios difiere de forma notable en cada una de las etapas. Así, en la configuración tradi-

cional, la producción obtiene una pérdida del 27 %, la comercialización en origen un beneficio del 18 %, la comercialización en destino obtiene una pérdida del 3 % y la venta en la tienda obtiene un beneficio del 12 % (Gráfico 33). En la configuración moderna, el beneficio obtenido en la comercialización en origen es inferior (17 %), pero en la comercialización en destino es del 5 % y en la venta en tienda alcanza el 6 %.

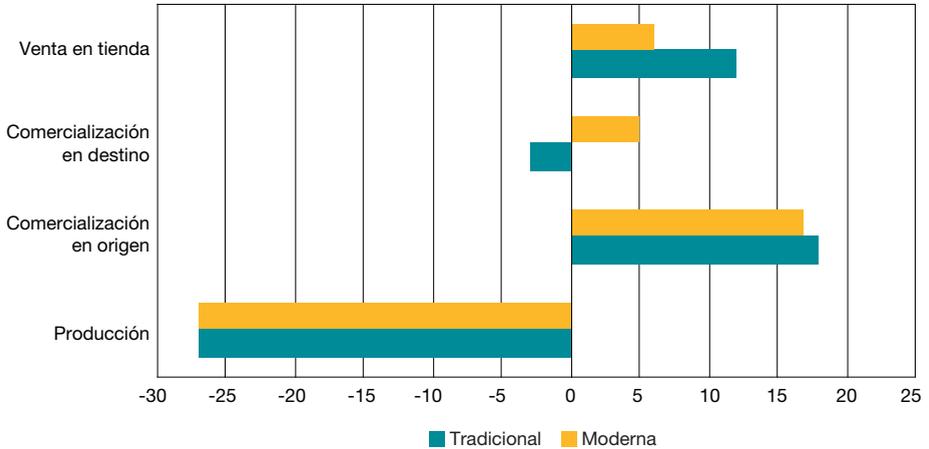
En el caso de la cadena de valor de la lechuga (Gráfico 34), la distribución de costes es totalmente diferente a la del tomate y el pimiento puesto que es creciente en cada una de las etapas. Así, tanto en el caso de la configuración tradicional como en el de la moderna, la fase de producción es la que genera menores costes en la campaña 2010/11, mientras que la que representa mayores gastos es la venta en tienda.

Gráfico 32. Peso de las etapas sobre el PVP sin IVA del pimiento en media en la campaña 2009/10. En porcentaje



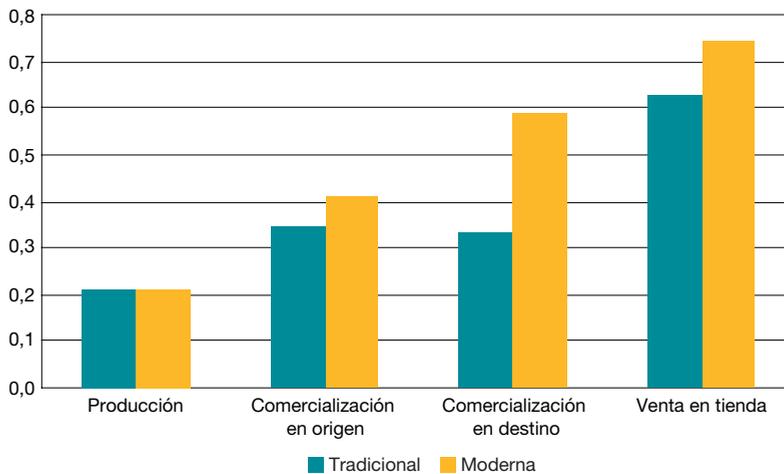
Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

Gráfico 33. Distribución de los beneficios por etapas sobre el PVP del pimiento en la campaña 2009/10. En porcentaje



Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

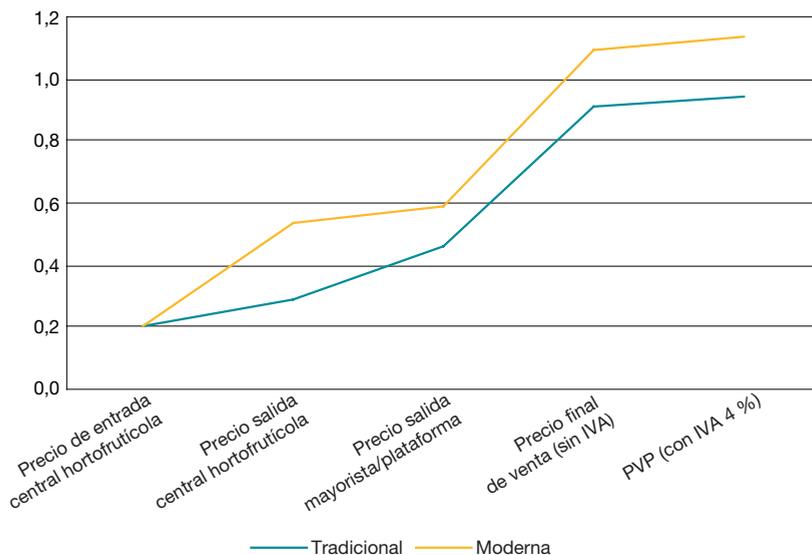
Gráfico 34. Distribución de los costes de la lechuga por etapas en media en la campaña 2010/11. En €/kg



Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

En el caso de la cadena de valor de la lechuga (Gráfico 35), el PVP (con IVA 4 %) es de 0,945 €/kg en la cadena tradicional y de 1,138 €/kg en la moderna, lo que representa unos incrementos sobre el precio de origen de aproximadamente un 365 y un 460 %, respectivamente.

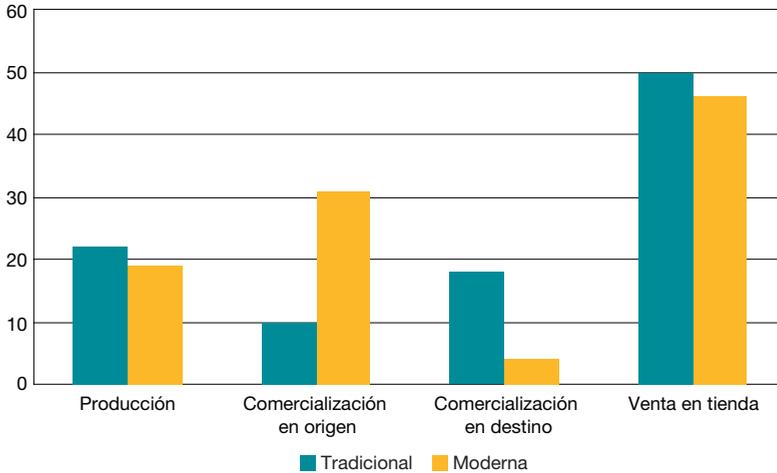
Gráfico 35. Evolución de los precios de la lechuga por etapas en media en la campaña 2010/11. En €/kg



Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

El peso de cada etapa sobre el PVP sin IVA se recoge en el Gráfico 36. Tanto en el canal tradicional como en el moderno la etapa con más peso es la venta en tienda con un 50 y un 46 %, respectivamente. En el canal tradicional la segunda etapa en relevancia es la producción con un 22 %, mientras que en el canal moderno es la comercialización en origen con un 31 %. Por el contrario, la comercialización en destino es la etapa con menos peso tanto en la configuración tradicional como en la moderna con un 18 y un 4 %, respectivamente.

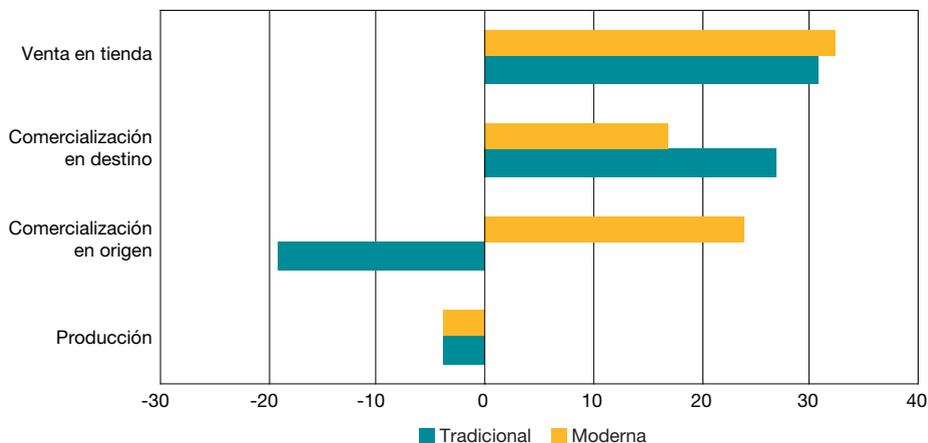
Gráfico 36. Peso de las etapas sobre el PVP sin IVA de la lechuga en media en la campaña 2010/11. En porcentaje



Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

El conjunto de todos los costes producidos en la cadena de valor tradicional supusieron solo en torno al 60 % del precio final de la lechuga, mientras que en la configuración moderna ascendieron algo más, hasta situarse en el 66 % (Gráfico 37). La suma de los beneficios obtenidos en cada etapa supone un 36 % en la tradicional y un 42 % en la moderna. Ahora bien, el reparto de estos beneficios vuelve a diferir de forma notable en cada una de las fases. Así, en la configuración tradicional en la producción se obtiene una pérdida del 4 %, en la comercialización en origen también se obtiene una pérdida del 19 %, en la comercialización en destino se alcanza un beneficio del 27 % y en la venta en la tienda el beneficio es algo superior situándose en el 31 %. En la configuración moderna, la única etapa en la que se obtiene pérdida es en la producción (4 %), mientras que en el resto de las etapas se obtiene beneficio alcanzando su máximo en la de venta en tienda con un 32 %.

Gráfico 37. Distribución de los beneficios por etapas sobre el PVP de la lechuga en la campaña 2010/11. En porcentaje

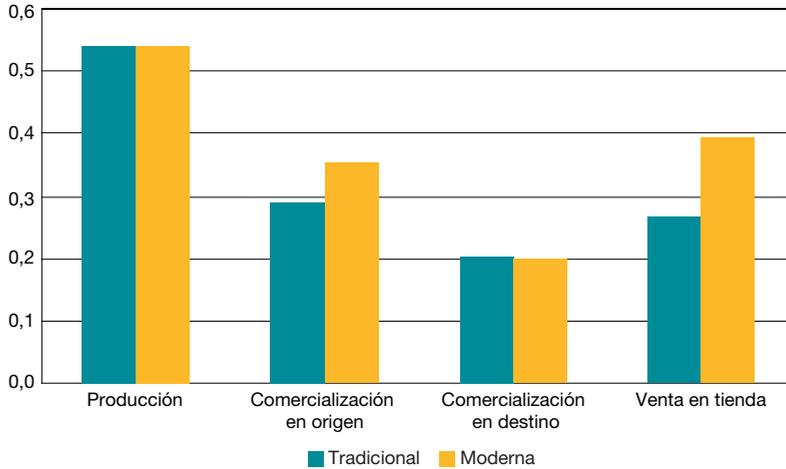


Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

En el caso de la cadena de valor del calabacín (Gráfico 38) su estructura es similar a la del tomate y el pimiento. Así, en la conformación tradicional, al igual que ocurría con las hortalizas citadas, la etapa de producción es la que genera mayores costes en la campaña 2009/10 seguida, como en el caso del tomate, de la comercialización en origen. En la cadena moderna, la relevancia de cada una de las fses es la misma que para los casos del tomate y el pimiento, de manera que la producción y la venta en tienda son las etapas que más coste generan.

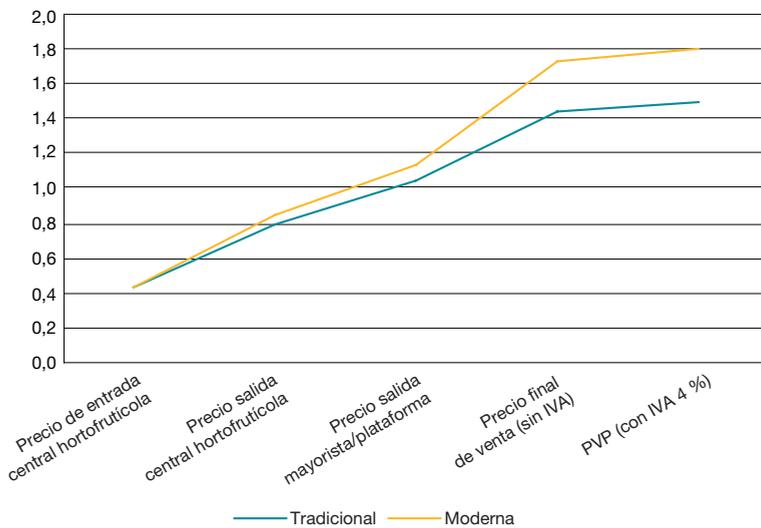
En la cadena de valor del calabacín (Gráfico 39), el PVP (con IVA 4 %) es de 1,504 €/kg en la cadena tradicional y de 1,798 €/kg en la moderna, lo que representa unos incrementos sobre el precio de origen de aproximadamente un 250 y un 318 %, respectivamente.

Gráfico 38. Distribución de los costes del calabacín por etapas en media en la campaña 2009/10. En €/kg



Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

Gráfico 39. Evolución de los precios del calabacín por etapas en media en la campaña 2009/10. En €/kg

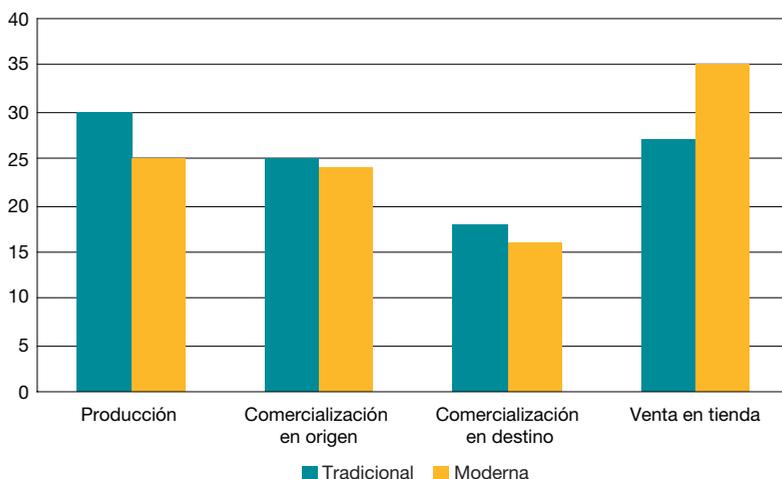


Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

El peso de cada etapa sobre el PVP sin IVA se recoge en el Gráfico 40. En el canal tradicional la que tiene más peso es la producción, con un 30 %, seguida de la venta en tienda con un 27 %. En el canal moderno la etapa con mayor relevancia es la venta en tienda con un 35 %, seguida de la de producción con un 25 %.

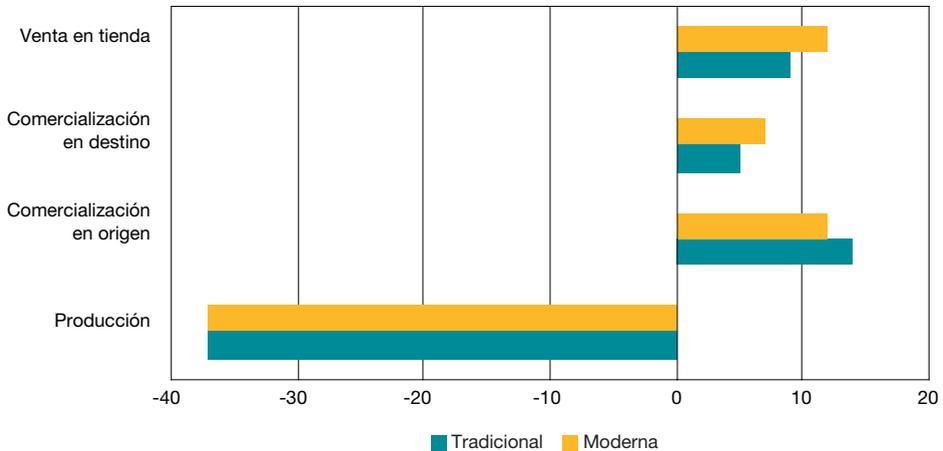
El conjunto de todos los costes producidos en la cadena de valor tradicional supusieron en torno al 86 % del precio final del calabacín, mientras que en la moderna se situó en el 82 %. La suma de los beneficios obtenidos en cada etapa supone un 10 % en la tradicional y un 14 % en la moderna. Ahora bien, el reparto de estos beneficios vuelve a diferir de forma notable en cada una de ellas. Así, en la configuración tradicional, los resultados para cada etapa son: la producción obtiene una pérdida del 37 %, la comercialización en origen un beneficio del 14 %, la comercialización en destino obtiene uno del 5 % y en la venta en la tienda del 9 % (Gráfico 41). En la configuración moderna, el beneficio obtenido en la comercialización en origen es inferior (12 %), en la comercialización en destino se obtiene un 7 %, y en la venta en tienda un 12 %.

Gráfico 40. Peso de las etapas sobre el PVP sin IVA del calabacín en media en la campaña 2009/10. En porcentaje



Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

Gráfico 41. Distribución de los beneficios por etapas sobre el PVP del calabacín en la campaña 2009/10. En porcentaje



Fuente: MAGRAMA (2013). Elaboración propia.

5. Distribución y consumo

5.1. Fórmulas de distribución y precios en el canal

La distribución hortícola en España sigue diferentes canales de comercialización, la mayor parte de la producción y venta en origen es realizada por empresas de economía social (incluyendo las sociedades agrarias de transformación) y alhóndigas (con variedad de fórmulas societarias, en su mayoría SA). En el siguiente escalón se encontrarían diferentes intermediarios (ubicados, o no, en los mercados). Dentro de esta etapa, las centrales de compras¹ ocupan un puesto prioritario como redistribuidores de producto a su casa matriz (distribución moderna) o hacia otros clientes. En última instancia, antes de alcanzar al consumidor, se encontrarían dos canales finales: la gran distribución, liderada por Carrefour y/o Mercadona; y la tienda tradicional.

Describiendo la primera etapa de producción y venta (Tabla 39), las empresas más importantes están ubicadas en el sureste de España: Almería, Murcia y Granada. A pesar de que la mayoría de estas comercia-

¹ Principalmente: Sociedad Compras Modernas SA, Edeka Fruchtkontor SL, Univeg, Coop. Trading, Zenalco SA, Iberiana Frucht SA, Tengelmann Fruta España SL.

lizadoras superan ampliamente los cien millones de euros de facturación y poseen una capacidad exportadora amplia (su producción se destina en más de un 50 %, de media, a los mercados exteriores), tienen una dimensión reducida para poder emprender acciones serias de internacionalización (por ejemplo, deslocalización productiva y comercial) o de innovación productiva. En general, se trata de una industria que se puede clasificar como exportadora pasiva. A pesar de lo comentado, dentro de esta amalgama de empresas, existe cierta heterogeneidad: es el caso del Grupo Florette ibérica² o Primaflor que venden la mayor parte de su producto, principalmente lechuga y similares, en IV gama.

Tabla 39. Principales empresas productoras y comercializadoras de hortalizas según facturación en 2012. En millones de euros*

	Nombre	Ubicación	Factura**
1	Grupo Agroponente	El Ejido (AL)	197,53
2	Coop. Agrícola y Ganadera San Isidro - CASI	La Cañada de S. Urbano (AL)	192,00
3	La Unión (Grupo)	El Ejido (AL)	175,46
4	Grupo Bonnysa	San Juan de Alicante (A)	162,11
5	Unica Group	La Mojonera (AL)	160,00
6	Grupo Femago	Santa María del Águila (AL)	145,90
7	Grupo Florette Ibérica	Milagro (NA)	136,20
8	Grupo Agroiris	El Ejido (AL)	120,56
9	G'S España Holdings, SL	Torre Pacheco (MU)	120,00
10	Vicasol SCA	Vícar (AL)	119,00
11	Primaflor, SA (Grupo)	Pulpí (AL)	117,27
12	Hortofrutícola Costa de Almería, SL	San Agustín (AL)	113,51
13	Coop. Murgiverde	El Ejido (AL)	110,00
14	Granada La Palma, SCA	Carchuna (GR)	105,47
15	Grupo Fruca	Balsapintada (MU)	103,87
16	Grupo La Caña	Puntalón (GR)	91,82
17	Grupo Perichán	Mazarrón (MU)	82,02
18	Agrupaejido, SA	El Ejido (AL)	81,14

* Siempre que las hortalizas sean su producto mayoritario.

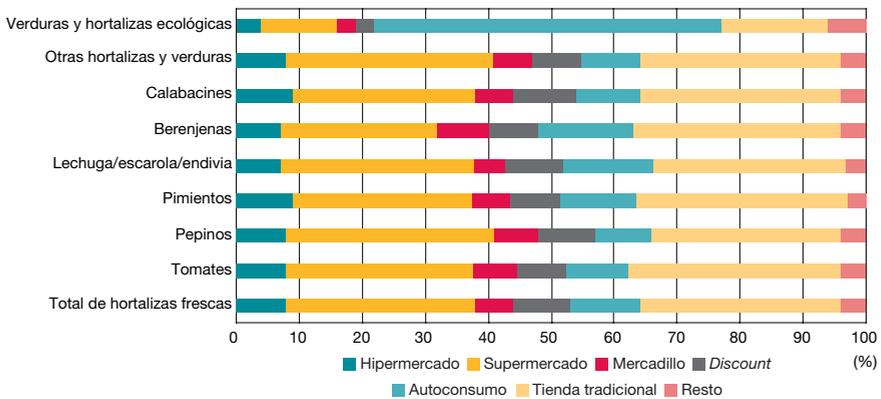
** Facturación total de todas sus líneas de productos. No solo hortalizas.

Fuente: Alimarket (2012).

² Forma parte del Grupo AGRIAL, una cooperativa agrícola que se encuentra en el oeste de Francia. En España este grupo está formado también por la empresa SOGESOL SA ubicada en Murcia.

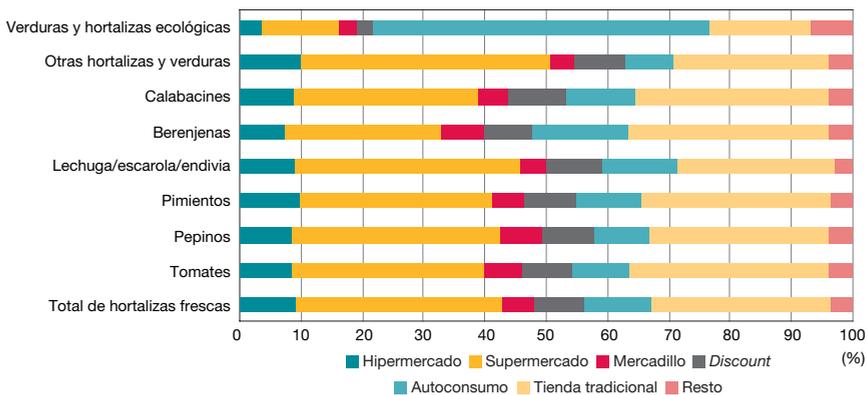
Si estudiamos el último escalón antes de llegar al consumidor final, veremos que el formato dominante es la tienda de proximidad (Gráfico 42): hoy en día se vende por este sistema el 32 % de las hortalizas (en volumen). La venta a través de supermercado es la siguiente en importancia (30 %). El hipermercado y el *discount* tienen una relevancia similar (aproximadamente un 10 %). De forma general, se aprecia que la gran distribución domina el canal. Si se considera el valor de las ventas según formato (Gráfico 43) el supermercado es ahora la fórmula de comercialización más importante ya que es el que vende a precios más elevados.

Gráfico 42. Canal de venta de hortalizas frescas en 2013. En toneladas



Fuente: Ministerio de Agricultura (2014). Elaboración propia.

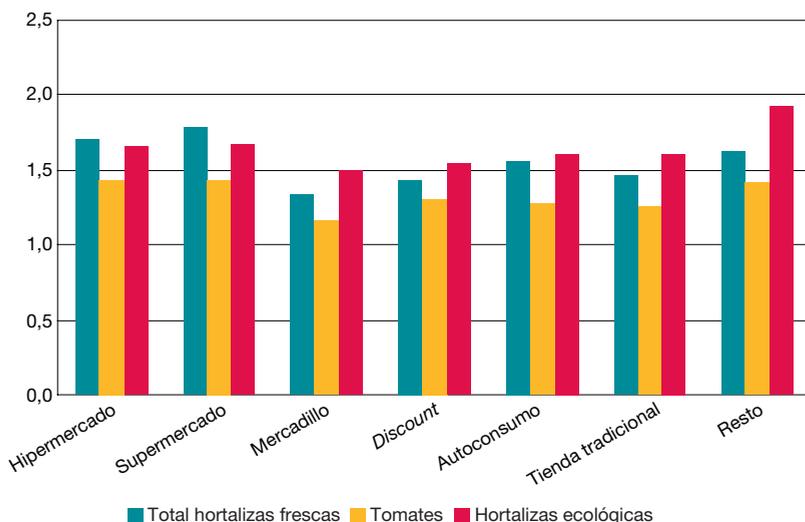
Gráfico 43. Canal de venta de hortalizas frescas en 2013. En valor



Fuente: Ministerio de Agricultura (2014). Elaboración propia.

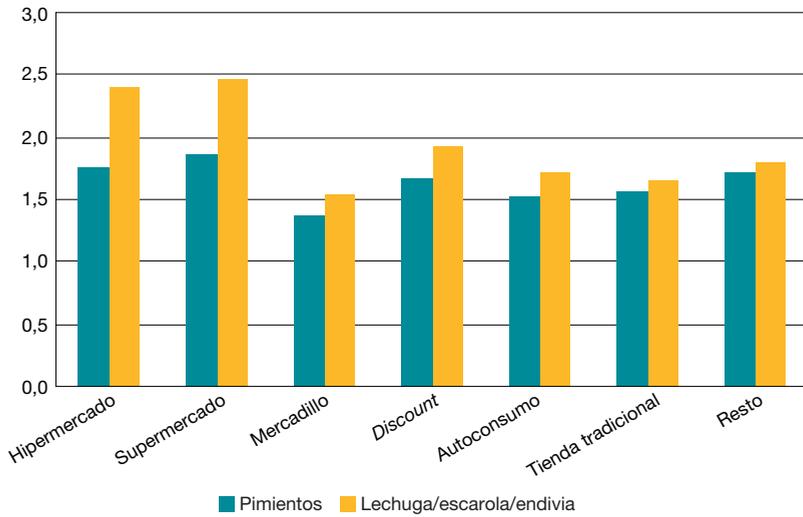
Lo comentado anteriormente se confirma al observar el precio medio de venta según formato (Gráfico 44). El supermercado vende las hortalizas más de 30 céntimos más caras que la tienda tradicional. El mercado tradicional es el sistema que asegura los precios más baratos. El supermercado es la forma más cara de venta en la mayoría de las hortalizas (Gráficos 45 y 46), a excepción del tomate y el resto de productos hortícolas no ecológicos, donde el hipermercado vende a precios más altos.

Gráfico 44. Precios de venta según el lugar de venta en 2013. En €/kg



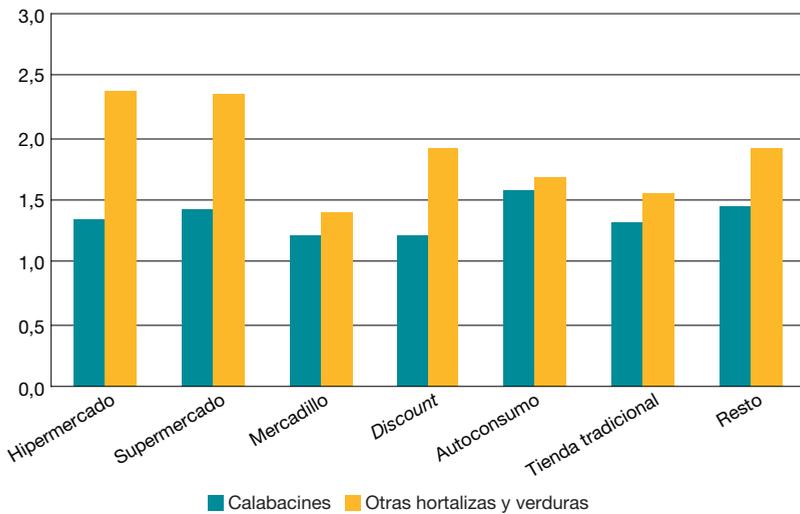
Fuente: Ministerio de Agricultura (2014). Elaboración propia.

Gráfico 45. Precios de venta según el lugar de venta en 2013. En €/kg



Fuente: Ministerio de Agricultura (2014). Elaboración propia.

Gráfico 46. Precios de venta según el lugar de venta en 2013. En €/kg

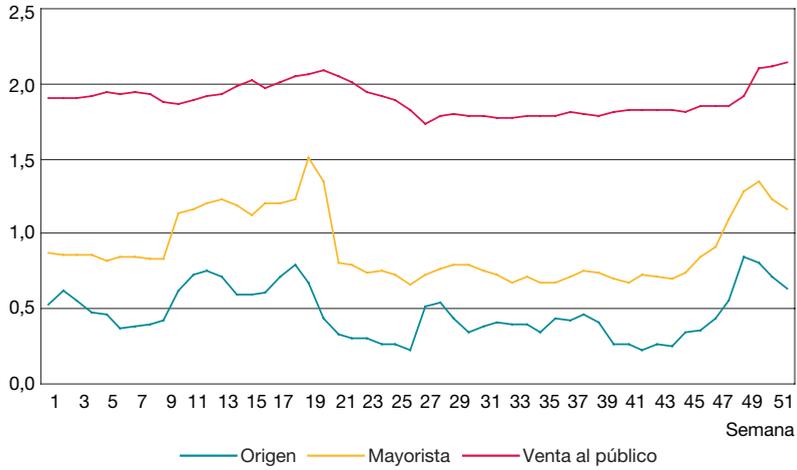


Fuente: Ministerio de Agricultura (2014). Elaboración propia.

La evolución de los precios semanales de los productos de referencia en el mercado nacional muestra un comportamiento más estable en la etapa detallista en comparación con la venta realizada por mayoristas y empresas productoras en origen. En otras palabras, los cambios de los precios de venta al consumidor final son menores que los que se dan en los precios obtenidos por agricultores e intermediarios. Esta situación ocurre en todos los productos analizados (tomate, pimiento, calabacín y lechuga). Hay que decir que se aprecia cómo las subidas en origen no se reflejan en mayores precios al consumidor, circunstancia positiva para todos los miembros de la cadena, ya que se supone que aumentará la rotación de ventas. Sin embargo, el caso opuesto también ocurre: bajadas en origen que no conllevan una reducción de precios en destino. Esta circunstancia sí es preocupante porque significa reducir la demanda final, lo que tiene consecuencias negativas para los productores, ya que potencia una nueva reducción de los precios en origen como consecuencia de la existencia de una sobreoferta que no llega al mercado.

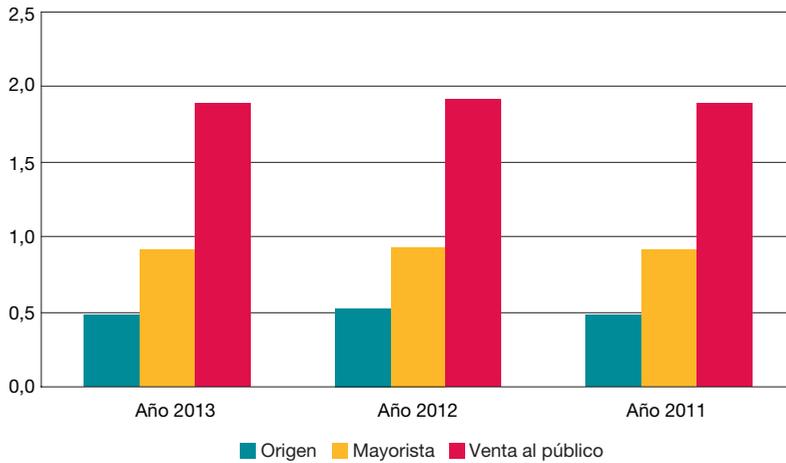
Por otro lado, la etapa donde el precio se eleva más es aquella que implica el paso de la venta mayorista al minorista. En el caso concreto del tomate (Gráficos 47 y 48), el precio se multiplica por dos. En este contexto, sobresale que la cotización en origen represente el 24 % del precio de venta al consumidor, más si tenemos en cuenta que en esta fase es donde los costes son más elevados. En lo que se refiere a la evolución de precios, con el paso de las campañas se observa una estabilidad preocupante en todas las etapas de venta (origen, mayorista y detallista). Esto supone que todo aumento de la rentabilidad, tanto de empresas como de agricultores, tendrá que venir determinado por el aumento de la productividad o la reducción de costes.

Gráfico 47. Evolución de precios del tomate redondo en 2013. En €/kg



Fuente: Ministerio Agricultura (2014). Elaboración propia.

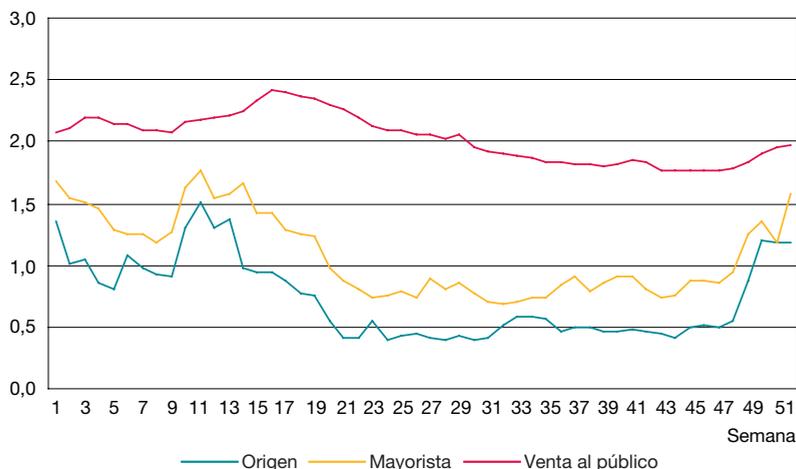
Gráfico 48. Resumen de la evolución de precios del tomate redondo. En €/kg



Fuente: Ministerio Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Elaboración propia.

En lo que respecta al comportamiento de los precios de pimiento (Gráficos 49 y 50), se observa cierta similitud con el tomate. El precio al consumidor permanece estable ante las subidas de las cotizaciones en primavera, y tampoco se altera en exceso como consecuencia del aumento de oferta, y consiguiente caída de precios en origen, en la época estival. De nuevo, para este producto, el precio entre la etapa mayorista-detallista es la que muestra un incremento mayor: casi se multiplica por dos. Ahondando en este hecho, el precio en origen supone el 35 % del obtenido a nivel detallista.

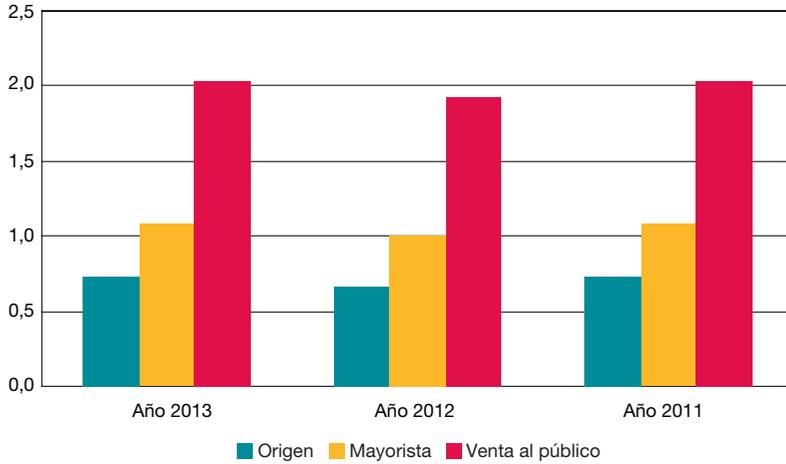
Gráfico 49. Evolución de los precios del pimiento italiano en 2013. En €/kg



Fuente: Ministerio de Agricultura (2014). Elaboración propia.

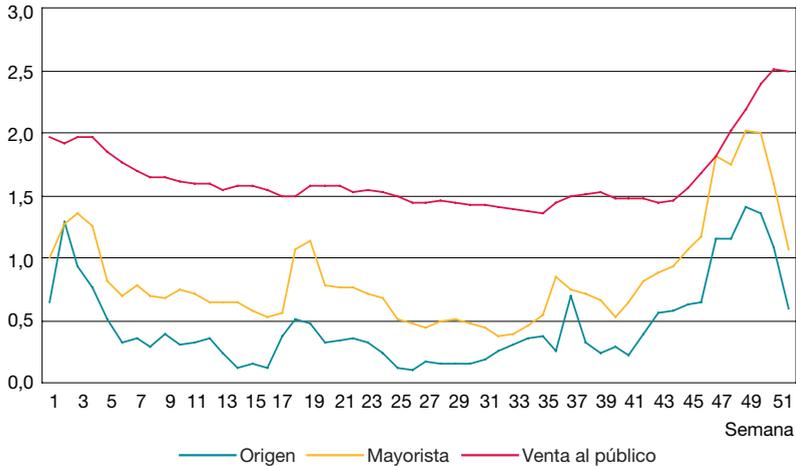
Para el caso del calabacín, los precios detallistas sí recogen las subidas de precios en los mercados intermedios típicas de las últimas semanas del año. Algo que también ocurre en el resto de productos, aunque en menor proporción (Gráficos 51 y 52). Se reproduce la atonía en el comportamiento de los precios medios anuales, es decir, la estabilidad. En relación con las diferencias de precios entre los canales de venta, la variación porcentual entre origen y venta al consumidor ronda el 200 %, y entre esta última y la mayorista, el 100 %.

Gráfico 50. Resumen de la evolución de los precios del pimiento italiano. En €/kg



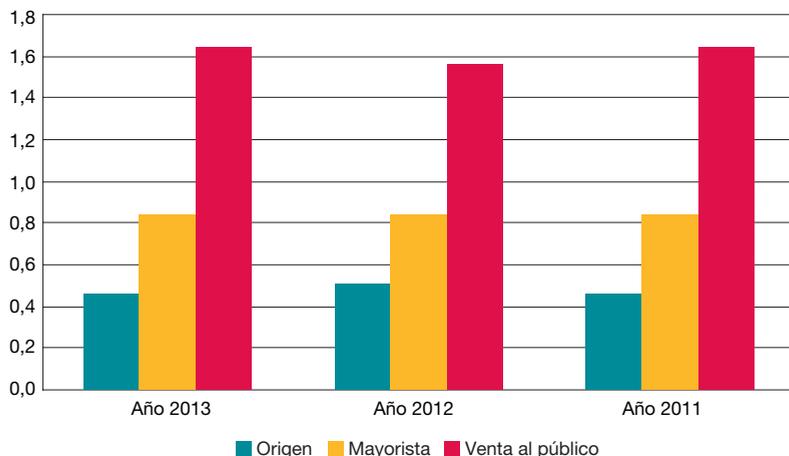
Fuente: Ministerio de Agricultura (varios años). Elaboración propia.

Gráfico 51. Evolución de los precios del calabacín en 2013. En €/kg



Fuente: Ministerio de Agricultura (2014). Elaboración propia.

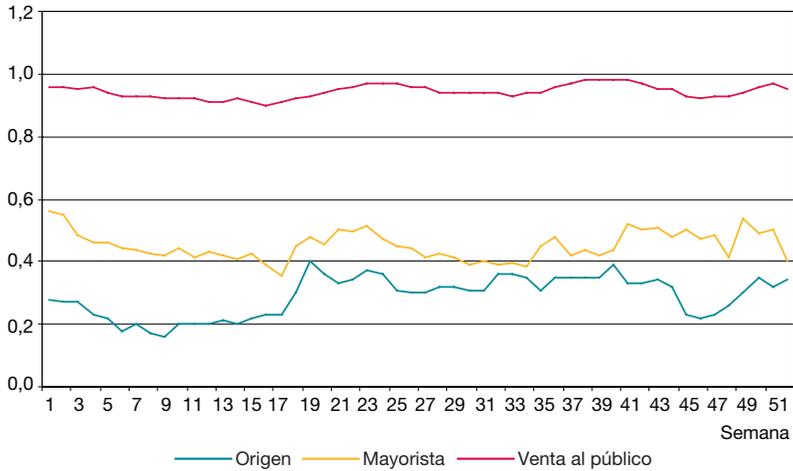
Gráfico 52. Resumen de la evolución de los precios del calabacín. En €/kg



Fuente: Ministerio de Agricultura (varios años). Elaboración propia.

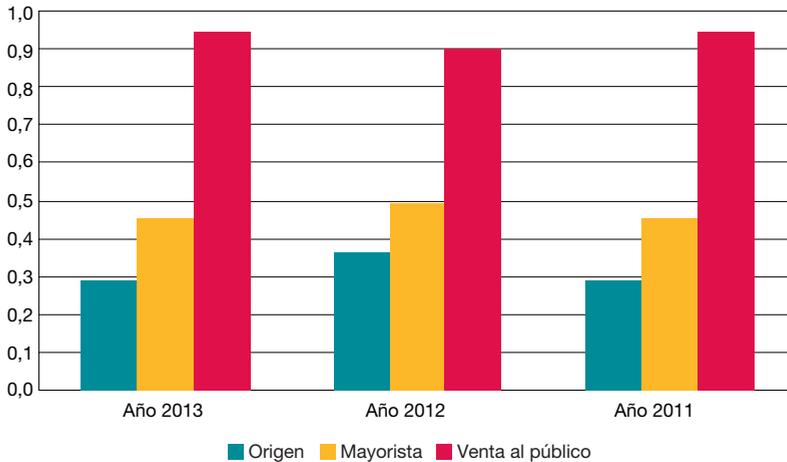
El comportamiento de los precios de la lechuga se distingue del resto en el hecho de que hay una mayor estabilidad de las cotizaciones precios semanales a lo largo del año (Gráfico 53). La época estival no cambia el comportamiento general. En resumen, se aprecia una mejor programación de las cosechas en origen como consecuencia de la existencia de una concentración mayor de la oferta. A pesar de lo comentado, esto no se traduce en una mejor posición relativa de las empresas productoras en relación al vendedor. Los precios en origen representan, al igual que en el resto de productos, el 30 % del precio de venta al consumidor (Gráfico 54).

Gráfico 53. Evolución de los precios de la lechuga en 2013. En €/kg



Fuente: Ministerio Agricultura (2014). Elaboración propia.

Gráfico 54. Resumen de la evolución de los precios de la lechuga romana. En €/kg



Fuente: Ministerio de Agricultura (varios años). Elaboración propia.

5.2. Consumo

El consumo de hortalizas en España muestra signos positivos de crecimiento (Tabla 40). En escasamente dos años ha aumentado un 2 % en volumen y un 3 % en términos per cápita. A pesar de esto, el comportamiento es irregular y depende del producto concreto del que se hable. Así, las compras de tomate, que representan más del 25 % del consumo hortícola, están estancadas, situación idéntica a la lechuga. En el lado opuesto, el pimiento crece en términos similares al conjunto. Sin duda, estas cifras globales encierran peculiaridades en variedades y épocas concretas del año, sin embargo, ponen en evidencia la escasa eficacia que pueden tener las campañas genéricas de promoción: el mercado hortícola es extenso y muestra diferencias significativas, según el producto, que deben ser consideradas en cualquier actividad promocional.

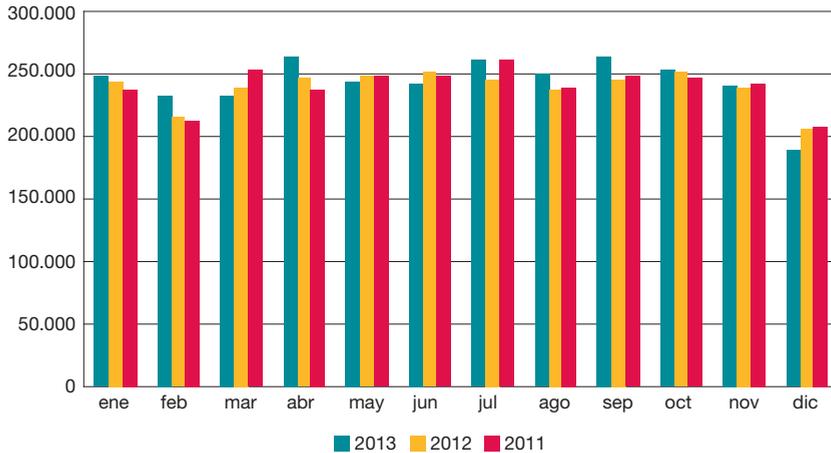
Tabla 40. Evolución de los datos de consumo de hortalizas frescas en el hogar

	Producto	Hortalizas frescas	Tomate	Pimiento	Lechuga
Año 2013	Miles de kg	2.923.522	688.606	234.209	211.621
	Miles de euros	4.645.045	917.987	389.537	413.555
	Consumo (kg) x cápita	64,4	15,2	5,2	4,7
Año 2012	Miles de kg	2.870.562	683.566	231.822	215.641
	Miles de euros	4.546.811	937.923	371.042	418.254
	Consumo (kg) x cápita	62,3	14,8	5,0	4,7
Año 2011	Miles de kg	2.884.413	699.984	228.348	215.218
	Miles de euros	4.496.426	902.682	372.229	411.074
	Consumo (kg) x cápita	62,9	15,5	5,0	4,7
% Var. kg	2013 s/media 2011-12	2	0	2	-2
% Var. €	2014 s/media 2011-12	3	0	5	0
% Var. kg/pers.	2015 s/media 2011-12	3	0	3	0

Fuente: Ministerio de Agricultura (varios años). Elaboración propia.

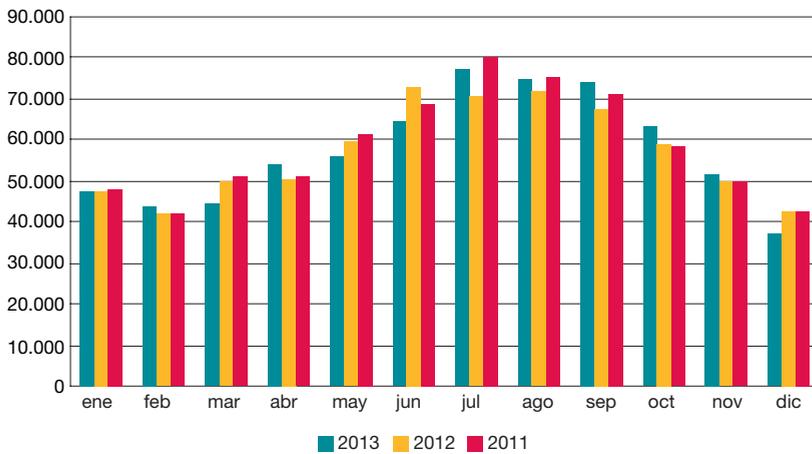
En lo que se refiere al consumo dentro del año, destaca la estabilidad de las compras hortícolas prácticamente en todos los meses, a excepción de diciembre (Gráfico 55). Sin embargo, al analizar el comportamiento producto a producto, sí existe una mayor variabilidad (Gráficos 56, 57 y 58). En cualquier caso, la fuerza que actualmente mueve a los precios es la oferta en origen y no la demanda (consumo). Esto se corrobora al observar el comportamiento de las compras a lo largo del año. Por ejemplo, en el caso del tomate, a pesar de que el verano es la época de mayor consumo, es también el periodo de precios más bajos. La existencia de una oferta más amplia en estos meses justifica este comportamiento. Por otro lado, siendo diciembre el mes de menor consumo, suele ser el periodo con precios más altos. Lo comentado, muestra la importancia de una adecuada programación de la cosecha, en el sentido de evitar el crecimiento incontrolado de la oferta o su excesiva concentración en el tiempo.

Gráfico 55. Consumo de hortalizas según el mes del año. En toneladas



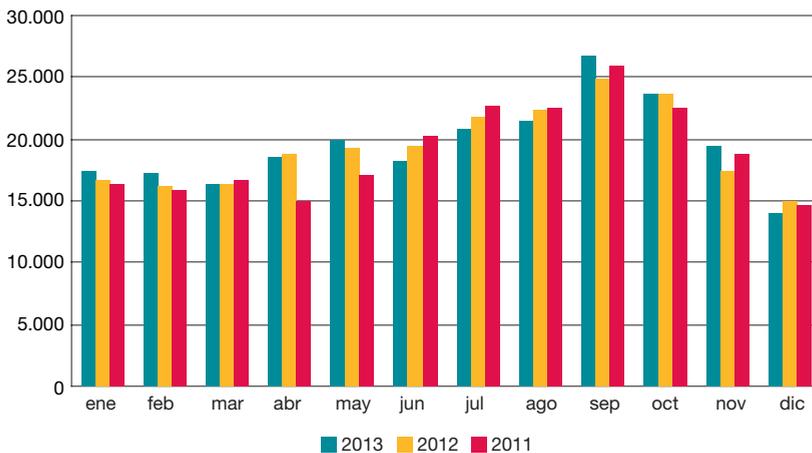
Fuente: Ministerio de Agricultura (varios años). Elaboración propia.

Gráfico 56. Consumo de tomate según mes del año. En toneladas

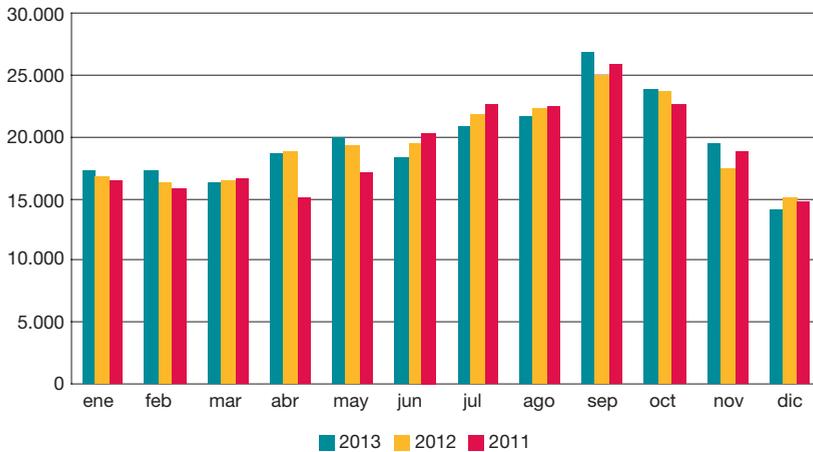


Fuente: Ministerio de Agricultura (varios años). Elaboración propia.

Gráfico 57. Consumo de pimiento según mes del año. En toneladas



Fuente: Ministerio de Agricultura (varios años). Elaboración propia.

Gráfico 58. Consumo de lechuga según mes del año. En toneladas

Fuente: Ministerio de Agricultura (varios años). Elaboración propia.

6. La exportación

A. Tomate

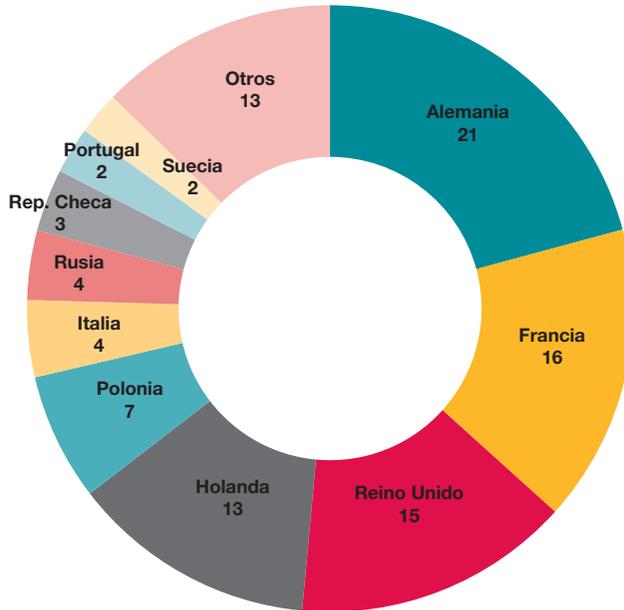
El análisis del estado coyuntural de las exportaciones españolas de tomate (Tabla 41) muestra un producto consolidado, cuyos envíos exteriores aumentan a ritmos medios anuales del 10 % tanto en volumen como en valor. De los destinos típicos, es decir, Alemania, Francia, Reino Unido, Holanda y Polonia, cabe destacar el aumento del mercado alemán y, sobre todo, del polaco. El este de Europa se ha configurado como un comprador de referencia, circunstancia que se confirma al observar el crecimiento, en las últimas campañas, de la República Checa y, sobre todo, de Rusia. El veto ruso impuesto a la importación de productos de la UE supone el descenso directo de la facturación española en más de 37 millones de euros.

Tabla 41. Evolución de las exportaciones españolas de tomate

	Toneladas				Miles de euros			
	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12
Alemania	208.867	196.899	186.306	9	239.363	232.588	205.671	9
Francia	159.302	146.983	148.298	8	132.549	128.247	119.796	7
R. Unido	148.444	140.018	145.897	4	135.119	134.918	132.115	1
Holanda	131.453	123.390	120.586	8	136.123	134.019	118.630	8
Polonia	68.153	52.346	63.289	18	56.055	48.087	52.540	11
Italia	41.165	46.832	49.914	-15	33.969	40.514	38.668	-14
Rusia	37.223	19.265	9.583	158	39.949	21.211	9.972	156
R. Checa	33.422	30.286	29.441	12	30.242	28.086	26.356	11
Portugal	25.006	23.922	86.748	-55	18.042	18.341	19.509	-5
Suecia	23.031	18.014	19.607	22	30.213	24.940	25.123	21
Bélgica	16.961	16.361	15.927	5	23.119	26.213	20.611	-1
Otros	110.745	94.336	91.643	19	113.748	96.231	86.052	25
Total	1.003.772	908.651	967.238	7	988.488	933.396	855.041	11

Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

En un análisis más profundo de los destinos (Gráfico 59), se aprecia que Alemania absorbe el 21 % de las exportaciones españolas, mientras que Francia supone el 16 %. Esta situación es destacable ya que hace poco menos de una década el principal importador de producto español era Francia. El aumento de las exportaciones marroquíes, que tienen como destino prioritario el mercado galo, ha propiciado que el tomate español se haya desviado hacia Alemania, pero también hacia el este europeo. Otros compradores relevantes son Reino Unido y Holanda. Con relación a este último país, ha incrementado sus compras en los últimos tres años, circunstancia importante porque venía de un periodo de decrecimiento como consecuencia de la caída de su capacidad intermediadora.

Gráfico 59. Exportaciones españolas de tomate en 2013. En porcentaje

Fuente: Aduanas (2014). Elaboración propia.

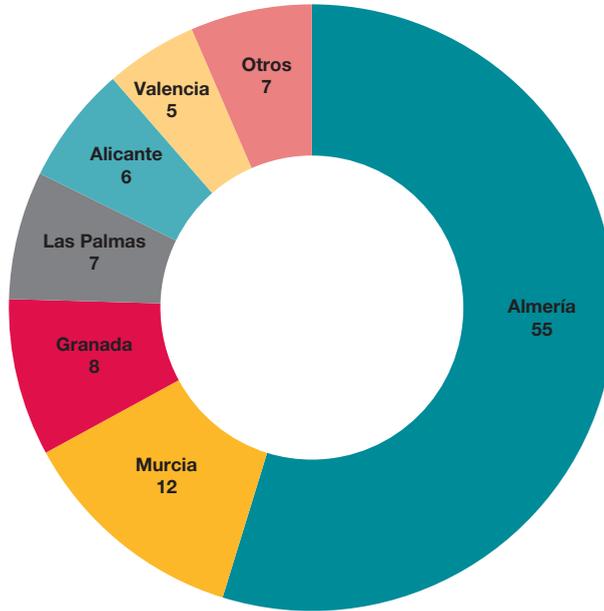
El panorama provincial, en cuanto a las exportaciones españolas de tomate se refiere, ha sufrido cambios relevantes en solo diez años. Almería ha ido creciendo en cuota de mercado, campaña tras campaña, junto con Granada. Las provincias que han sufrido un descenso más acusado son las ubicadas en Canarias (Tenerife y Las Palmas). La fuerte competencia de Marruecos, que también ha incrementado sus envíos al mercado tradicional canario, como es el Reino Unido, y su desventaja logística respecto al producto peninsular, ha acelerado la caída. El crecimiento del producto con origen en Murcia y Alicante ha mantenido un ritmo irregular de crecimiento en la última década. Estas provincias han encadenado varias campañas con bajadas de ventas; sin embargo, en los últimos años han vuelto a crecer coincidiendo con el comienzo de la crisis económica. Otras provincias menos destacadas, como Barcelona o incluso Valencia, crecen como consecuencia de su capacidad de canalización de la producción de terceros. En la actualidad, (Tabla 42 y Gráfico 60), Almería representa más el 55 % de todas las exportaciones de tomate españolas. Murcia, Granada, Las Palmas y Alicante suman juntas otro 31 %.

Tabla 42. Evolución de las exportaciones españolas de tomate según provincia

	Toneladas				Miles de euros			
	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12
Almería	549.543	503.431	510.923	8	508.764	489.245	454.782	8
Murcia	123.450	116.212	108.552	10	113.920	111.891	98.352	8
Granada	84.358	68.040	58.694	33	137.654	127.767	101.614	20
Las Palmas	68.799	73.106	79.381	-10	51.090	54.263	58.636	-9
Alicante	63.381	46.049	33.333	60	63.216	45.252	29.275	70
Valencia	49.270	40.304	38.898	24	58.616	50.862	46.097	21
Barcelona	29.853	29.834	33.519	-6	23.740	23.067	22.793	4
Tenerife	11.285	10.122	15.381	-12	4.690	6.992	11.521	-49
Málaga	5.895	4.610	4.851	25	8.878	6.329	7.816	26
Gerona	5.036	5.562	6.208	-14	4.930	4.967	4.877	0
Castellón	4.785	4.050	5.608	-1	4.967	4.474	5.280	2
Madrid	2.667	2.678	7.482	-48	2.292	2.576	7.909	-56
Badajoz	2.203	2.514	61.259	-93	2.331	3.574	3.355	-33
Otros	3.251	2.142	3.149	23	3.403	2.137	2.734	40
Total	1.003.772	908.651	967.238	7	988.489	933.396	855.041	11

Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

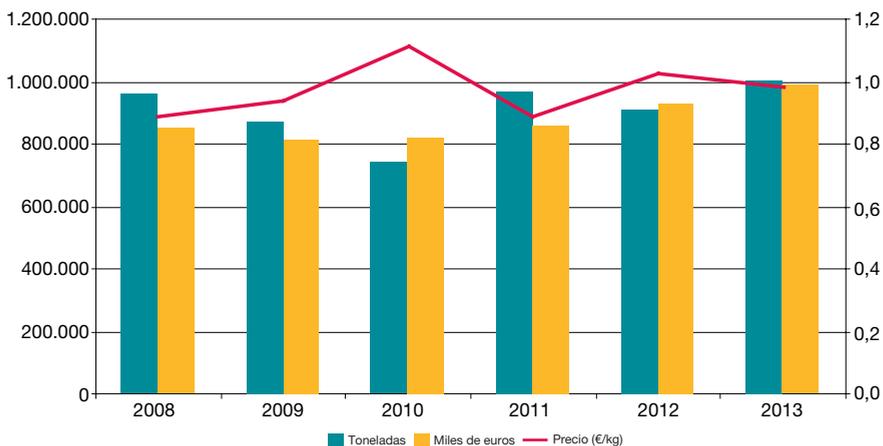
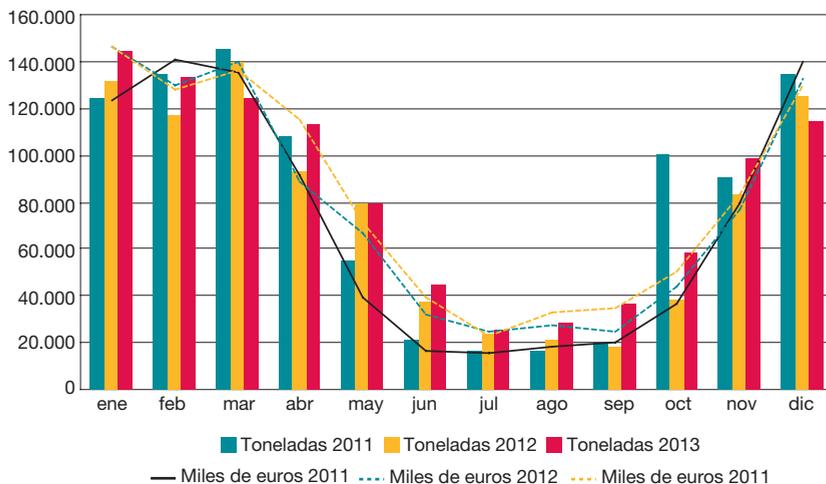
**Gráfico 60. Exportaciones españolas de tomate según provincia en 2013.
En porcentaje**



Fuente: Aduanas (2014). Elaboración propia.

Los envíos de tomate están fuertemente concentrados en el sureste y, prácticamente, se extienden durante todo el año (Gráfico 61), incluso en los meses de julio y agosto, aunque en este periodo el volumen exportado es pequeño (ronda las 40.000 toneladas). El grueso de la campaña se inicia en el mes de octubre y finaliza en junio, aunque en los últimos años se aprecia una tendencia al alargamiento del ciclo como consecuencia de la necesidad de completar pedidos para clientes que exigen suministros continuos los doce meses del año. La facturación media mensual, en plena campaña, supera los 130 millones de euros. En total, el sector vende al año más de un millón de toneladas, por más de 900 millones de euros, circunstancia que puede variar de una campaña con respecto a la siguiente. De hecho, en los últimos ciclos se han alternado años buenos con otros peores, si bien es cierto que, en general, podemos hablar de una tendencia positiva tanto en volumen como en valor.

Gráfico 61. Evolución del calendario de comercialización del tomate



Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

B. Pimiento

El pimiento es el segundo producto en importancia en referencia a la exportación hortícola, sin embargo, supone un 50 % del volumen de las ventas de tomate. Los principales compradores europeos del producto español son, en este orden (Tabla 43 y Gráfico 62): Alemania (que representa el 33 % del total), Francia (17 %) e Italia y Holanda (entre ambos

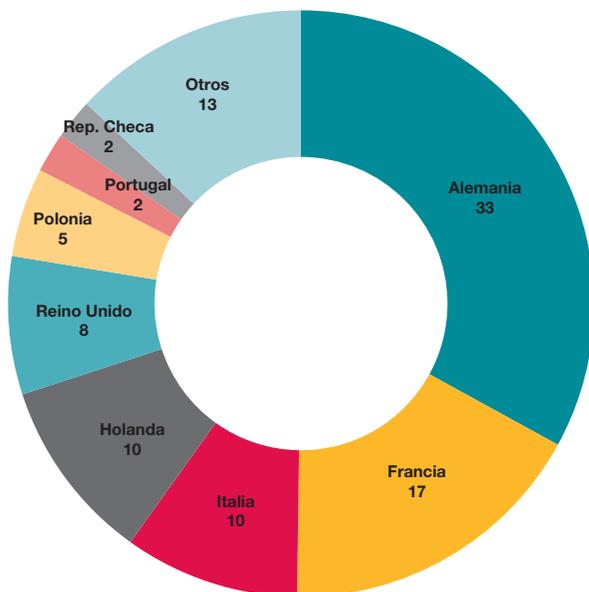
suman otro 20 %). El comportamiento de este producto en los últimos 3 años ha sido bueno: el volumen exportado ha crecido un 11 %, mientras que el valor lo ha hecho en un 19 %. Destaca que el mejor destino ha sido el más relevante, es decir, Alemania. Este país ha comprado en el último año, con respecto a la media de los dos últimos ciclos, un 27 % más de kilos por un valor un 36 % más elevado. En el lado opuesto, sobresalen Italia, Bélgica, Portugal y Dinamarca. Sin embargo, aunque estos países han comprado menos volumen, lo han hecho a precios superiores. También es necesario reseñar, de nuevo, la importancia que están adquiriendo los países del este de Europa, sobre todo, Polonia y República Checa, que hoy por hoy representan ya el 7 % del total de compras, casi al mismo nivel que Reino Unido. En general, podemos hablar de un producto con cierta estabilidad, al igual que ocurría con el tomate.

Tabla 43. Evolución de las exportaciones españolas de pimienta

	Toneladas				Miles de euros			
	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12
Alemania	186.151	157.874	135.191	27	250.653	201.270	167.932	36
Francia	97.192	96.168	95.007	2	119.144	100.328	100.011	19
Italia	54.572	57.407	55.952	-4	60.929	61.561	60.804	0
Holanda	57.013	51.364	50.695	12	70.361	64.119	61.993	12
Reino Unido	42.956	38.633	38.565	11	54.045	50.091	47.608	11
Polonia	27.729	24.394	25.242	12	34.103	30.506	30.827	11
Portugal	12.460	13.363	13.971	-9	10.629	10.429	10.800	0
Rep. Checa	12.397	10.440	10.348	19	14.372	13.315	12.430	12
Bélgica	9.118	10.220	9.598	-8	13.633	14.078	12.746	2
Suecia	9.309	8.054	9.147	8	12.993	10.798	11.606	16
Suiza	9.263	8.071	8.336	13	15.949	13.074	13.710	19
Dinamarca	8.430	8.912	8.287	-2	11.973	12.218	10.726	4
Austria	7.135	5.503	5.970	24	10.138	8.080	7.524	30
Finlandia	4.412	3.923	3.932	12	5.226	4.676	4.557	13
Otros	26.119	22.925	26.680	5	34.650	29.997	35.101	6
Total	564.255	517.250	496.919	11	718.796	624.539	588.375	19

Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

**Gráfico 62. Exportaciones españolas de pimienta en 2013.
En porcentaje**



Fuente: Aduanas (2014). Elaboración propia.

La provincia de Almería (Tabla 44 y Gráfico 63) es la gran exportadora española de pimienta al sumar casi el 70 % de los envíos realizados. Coyunturalmente, el comportamiento de este origen ha sido bueno, ya que tanto el volumen comercializado como su valor han crecido considerablemente en el año 2013, respectivamente un 10 y un 13 %. El pimienta murciano enviado al exterior es casi seis veces inferior al almeriense; sin embargo, a pesar de su menor importancia, también muestra buenos datos, incluso mejores en precios que el producto de Almería. Por detrás de estas provincias, destaca el producto alicantino y valenciano. Estas zonas, con menor tradición productora, aumentan sus cifras gracias a su capacidad comercial.

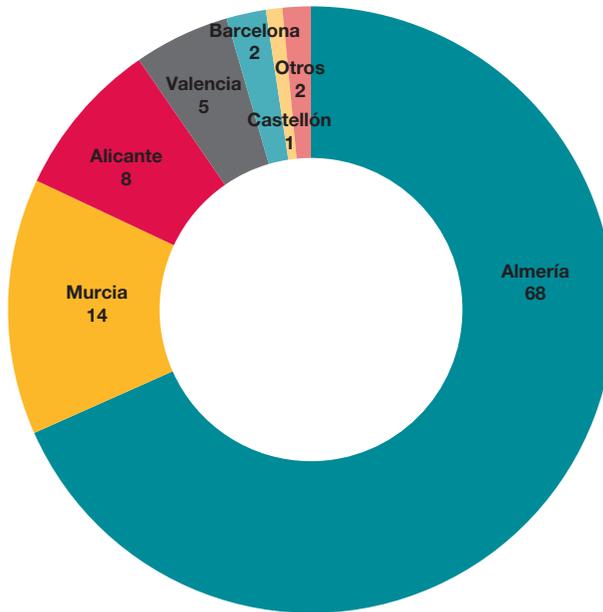
El pimiento, al igual que ocurre prácticamente con todas las hortalizas, está ampliando su calendario de exportación. El aumento de las exigencias de suministro de la gran distribución obliga a servir, en la medida de lo posible, producto durante más tiempo, incluido el verano. Tal y como se aprecia en el Gráfico 64, aunque todavía las cantidades comercializadas en julio y agosto son pequeñas, la tendencia es claramente creciente. Esta situación se ve favorecida por los ciclos retrasados de plantación existentes en Murcia, con relación a Almería.

Tabla 44. Evolución de las exportaciones españolas de pimiento según provincia

	Toneladas				Miles de euros			
	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12
Almería	385.573	353.958	347.657	10	484.929	441.439	417.527	13
Murcia	77.048	71.125	63.026	15	87.594	61.832	68.358	35
Alicante	47.395	40.131	33.847	28	67.733	51.128	32.841	61
Valencia	28.875	27.848	22.730	14	42.785	39.617	32.562	19
Barcelona	11.887	11.373	9.607	13	13.823	12.813	10.971	16
Castellón	4.958	3.804	4.369	21	8.653	5.574	6.521	43
Badajoz	2.839	3.898	4.494	-32	4.380	5.123	4.709	-11
Granada	1.625	1.820	1.312	4	2.054	2.001	1.612	14
Sevilla	1.341	182	410	353	3.261	538	749	407
Otros	2.714	3.111	9.467	-57	3.584	4.476	12.524	-58
Total	564.255	517.249	496.919	11	718.797	624.539	588.375	19

Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

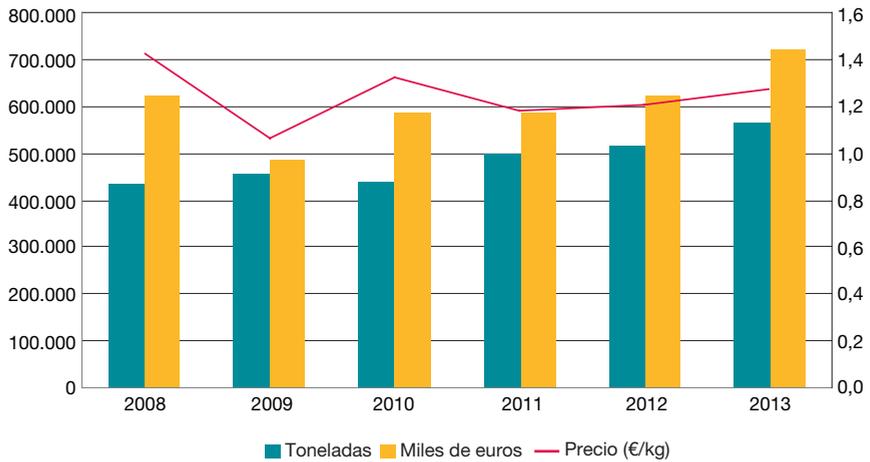
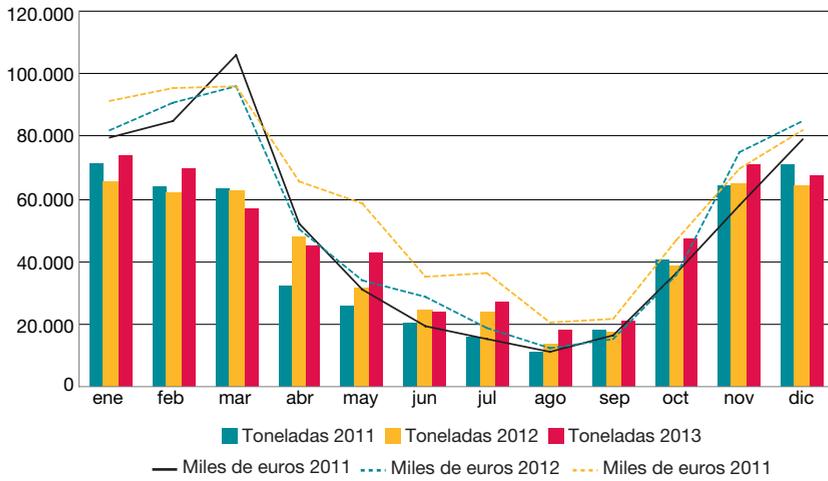
**Gráfico 63. Exportaciones españolas de pimiento según provincia en 2013.
En porcentaje**



Fuente: Aduanas (2014). Elaboración propia.

Si analizamos de forma general la evolución de los últimos seis años (Gráfico 64), se corrobora el buen comportamiento coyuntural de este producto. El único punto negativo lo encontramos en la errática evolución de los precios, que no deja ver una evolución positiva clara. En general, se observa que la variable que está haciendo que aumente la facturación, año tras año, es el crecimiento del volumen exportado; hecho que no tiene por qué tener un reflejo positivo en la fase de producción si no se han realizado esfuerzos en aumentar la productividad.

Gráfico 64. Evolución del calendario de comercialización del pimiento



Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia

C. Pepino

La exportación española de pepino ronda el medio millón de toneladas, cantidad muy similar a la del pimiento. De hecho, este producto siempre fue el segundo en importancia en las exportaciones hortícolas hasta el despegue definitivo (año 2009 en adelante) de los envíos de pimiento. Alemania es nuevamente el destino de mayor relevancia, al absorber casi el 40 % de las ventas españolas (Tabla 45 y Gráfico 65). Del comportamiento de Alemania depende el devenir del sector español, ya que este producto tiene una gran presencia en los lineales de los supermercados alemanes porque a su consumo alto se suma el hecho de que, en muchas ocasiones, es utilizado como «gancho» en constantes promociones. Por otro lado, Holanda y Reino Unido compran, respectivamente un 14 y un 11 % del producto con origen en España.

En general, el comportamiento de las exportaciones en el último año ha sido positivo: se ha exportado un 3 % más de cantidad y con mejores precios. Todos los mercados han tenido variaciones positivas en las compras, a excepción de Reino Unido y República Checa que muestran caídas tanto en volumen como en valor.

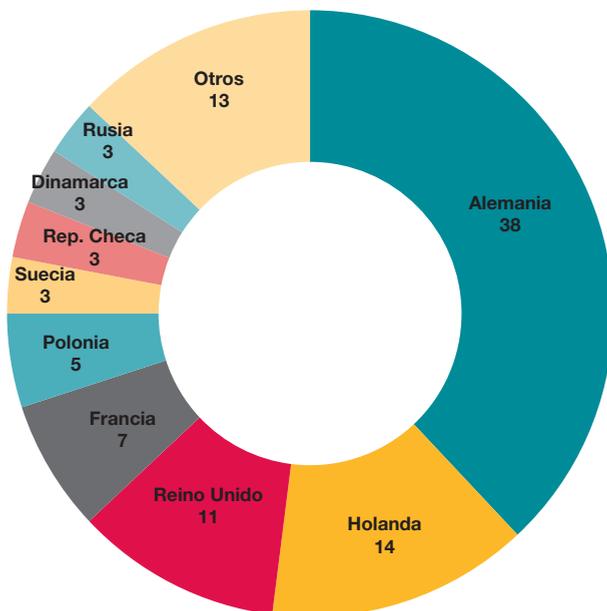
En relación a las exportaciones españolas según provincia (Tabla 46 y Gráfico 66), de nuevo Almería domina el panorama nacional, exportando más de 360.000 toneladas, por un valor superior a los 290 millones de euros. Almería representa el 66 % de todas las exportaciones de pepino en España. Granada, la segunda provincia en importancia, solo suma el 12 % del total (65.000 toneladas). El resto de zonas tienen un peso residual en el comercio español. Con relación a Almería, el último año muestra una estabilización de las ventas en volumen. Sin embargo, sí se han conseguido precios más altos. Los resultados de Granada no son buenos: muestra una caída de los kilos exportados y una bajada de los precios medios.

Tabla 45. Evolución de las exportaciones españolas de pepino

	Toneladas				Miles de euros			
	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12
Alemania	210.194	194.478	220.456	1	170.731	165.089	152.037	8
Holanda	76.450	72.312	72.309	6	65.081	63.956	52.511	12
R. Unido	58.366	58.265	59.550	-1	49.220	52.822	48.389	-3
Francia	40.035	38.961	40.408	1	35.325	32.579	28.828	15
Polonia	25.884	22.778	22.321	15	23.857	21.212	16.296	27
Suecia	18.602	16.052	18.002	9	19.204	16.376	14.542	24
Rep. Checa	16.346	16.513	20.936	-13	11.914	14.006	13.672	-14
Dinamarca	15.498	15.833	14.727	1	13.806	14.729	10.813	8
Rusia	14.395	13.221	9.500	27	14.746	13.721	8.901	30
Italia	10.414	8.468	8.975	19	7.905	6.236	5.834	31
Austria	8.919	7.753	7.601	16	8.308	7.226	5.738	28
Suiza	6.776	6.255	6.709	5	6.980	6.594	5.617	14
Bélgica	5.371	4.970	4.875	9	5.737	5.667	4.187	16
Eslovaquia	5.183	3.557	4.390	30	3.241	2.852	3.138	8
Lituania	4.354	3.132	4.365	16	3.790	2.686	3.032	33
Noruega	4.338	4.381	4.223	1	4.493	4.524	3.842	7
Otros	23.854	21.941	24.951	2	20.007	18.146	17.217	13
Total	544.980	508.869	544.298	3	464.342	448.418	394.594	10

Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

Gráfico 65. Exportaciones españolas de pepino en 2013. En porcentaje



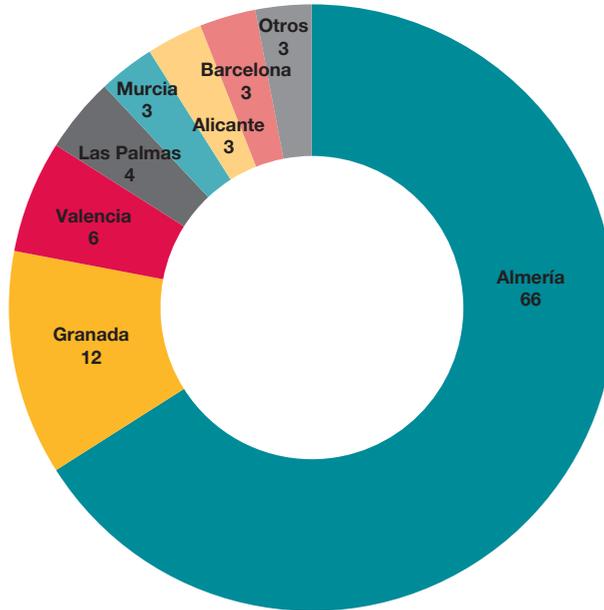
Fuente: Aduanas (2014). Elaboración propia.

Tabla 46. Evolución de las exportaciones españolas de pepino según provincia

	Toneladas				Miles de euros			
	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12
Almería	361.252	351.987	373.629	0	292.714	297.285	255.203	6
Granada	65.084	58.207	81.588	-7	60.761	57.341	63.576	0
Valencia	32.987	26.262	25.069	29	34.997	28.206	21.467	41
Las Palmas	24.350	22.595	18.646	18	18.285	16.958	13.999	18
Murcia	16.368	14.928	12.867	18	14.301	13.314	13.029	9
Alicante	16.327	12.718	6.255	72	16.163	12.552	5.449	80
Barcelona	13.918	12.991	14.202	2	11.321	11.714	10.793	1
Badajoz	5.572	2.264	254	343	4.573	2.379	321	239
Otros	9.123	6.917	11.788	-2	11.228	8.669	10.756	16
Total	544.980	508.869	544.298	3	464.342	448.418	394.595	10

Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

Gráfico 66. Exportaciones españolas de pepino según provincia en 2013. En porcentaje

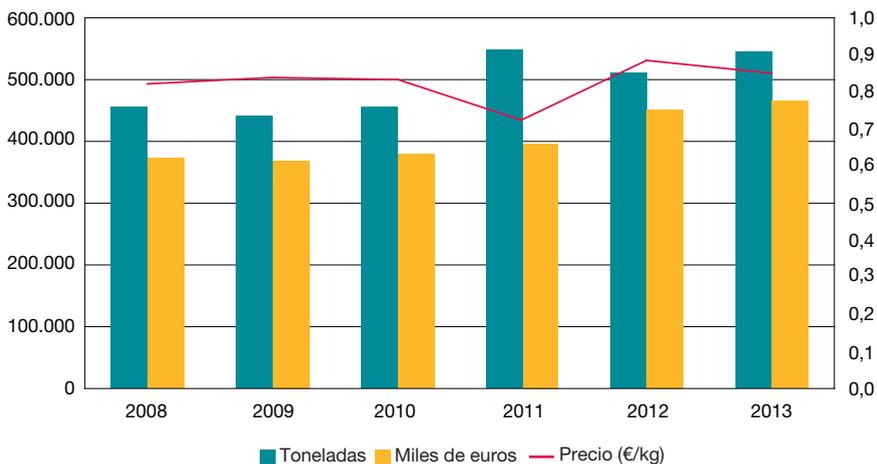
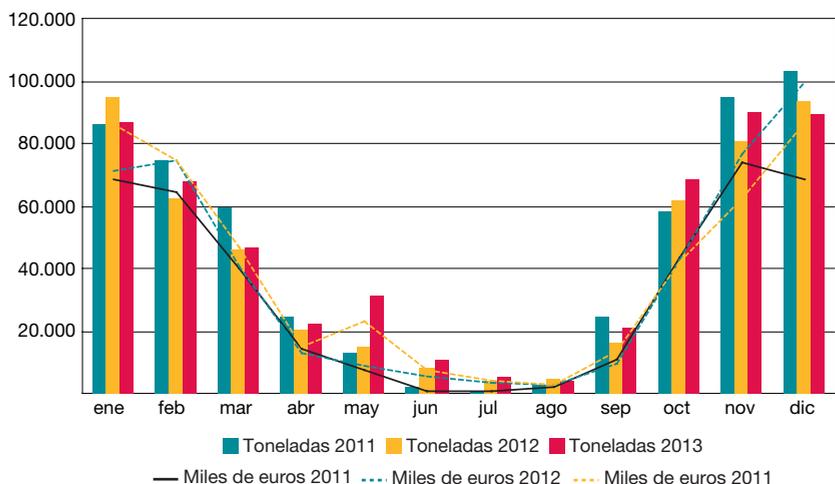


Fuente: Aduanas (2014). Elaboración propia.

El calendario de exportación (Gráfico 67) de pepino es corto si lo comparamos con otras hortalizas, por ejemplo, pimiento y tomate. El grueso de las ventas se concentra en el periodo octubre-marzo, siendo los meses de noviembre, diciembre y enero aquellos en los que existen mayores compras. Las ventas de primavera (abril-mayo) son pequeñas en relación al resto de meses (apenas se alcanzan las 30.000 toneladas mensuales). La fuerte competencia del producto con origen en Holanda, contiene la expansión de las exportaciones en primavera-verano.

La evolución de las ventas, en los últimos años (Gráfico 67), muestra unos precios estables que rondan los 0,85 €/kg. El crecimiento en el valor de las exportaciones se debe, casi en su totalidad, al aumento del volumen comercializado. Esta situación puede poner en dificultades a las empresas más pequeñas, donde se hace imposible obtener economías de escala que abaraten los costes unitarios. Este producto es un ejemplo claro de hortaliza donde la concentración empresarial obtendría mayores beneficios.

Gráfico 67. Evolución del calendario de comercialización del pepino



Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

D. Berenjena

Las exportaciones de berenjena son pequeñas en comparación con otros productos ya que apenas suman 134.000 toneladas. De hecho, es la hortaliza con menor importancia relativa en el conjunto analizado. A diferencia de otros productos, Alemania no es el principal destino (Tabla

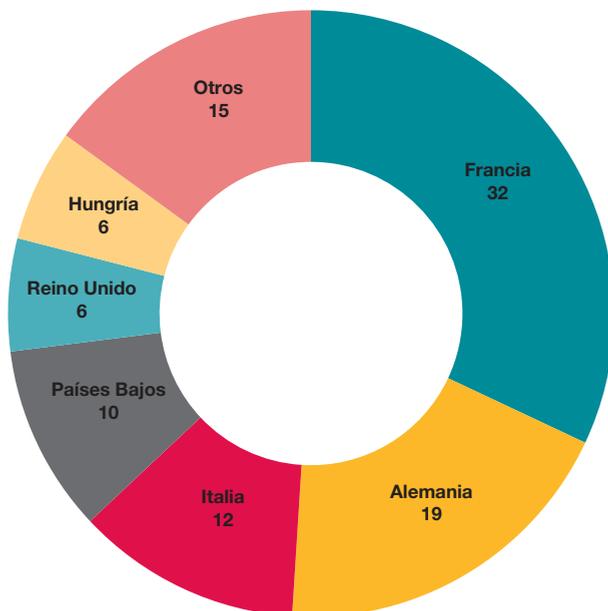
47 y Gráfico 68). Francia ocupa la primera posición entre los clientes. Este país compra el 32 % de toda la berenjena española. A Alemania solo llega el 19 % e Italia adquiere otro 12 % adicional. El comportamiento coyuntural de las exportaciones es bueno. En el último año cerrado (2013) se han incrementado las ventas en volumen un 5 % y el valor un 20 %. Por tanto, estamos hablando de una demanda superior a la oferta, lo que ha provocado un aumento del precio. La mayoría de los clientes muestran cifras positivas, destacando Reino Unido, Bélgica y Polonia. En el lado opuesto, Italia, Portugal, Suiza y Suecia son los países donde han caído las ventas.

Tabla 47. Evolución de las exportaciones españolas de berenjena

	Toneladas				Miles de euros			
	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12
Francia	43.126	43.651	41.229	2	43566,6	36360,2	35042,8	22
Alemania	25.232	26.249	23.328	2	28.366	24.054	21.725	24
Italia	15.896	18.383	18.060	-13	14.386	14.961	12.532	5
Holanda	13.848	14.322	13.148	1	16.767	13.724	13.125	25
Reino Unido	8.720	8.268	7.181	13	9.700	7.987	7.052	29
Rusia	4.384	4.434	3.107	16	5.332	5.245	4.036	15
Bélgica	2.407	2.236	2.401	4	3.590	2.559	2.680	37
Polonia	1.582	1.419	1.080	27	1.839	1.323	1.171	47
Portugal	1.551	2.193	2.876	-39	1.940	1.719	2.025	4
Suiza	1.381	1.562	1.525	-11	2.040	1.803	1.818	13
Rep. Checa	1.181	1.375	996	0	1.127	1.056	869	17
Suecia	1.129	1.724	1.395	-28	1.419	1.831	1.384	-12
Rumanía	1.098	929	1.241	1	861	631	798	20
Dinamarca	1.027	1.057	873	6	1.296	1.018	941	32
Otros	11.587	4.484	3.847	178	5.203	4.244	3.922	27
Total	134.147	132.285	122.286	5	137.433	118.512	109.119	21

Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

Gráfico 68. Exportaciones españolas de berenjena en 2013. En porcentaje



Fuente: Aduanas (2014). Elaboración propia.

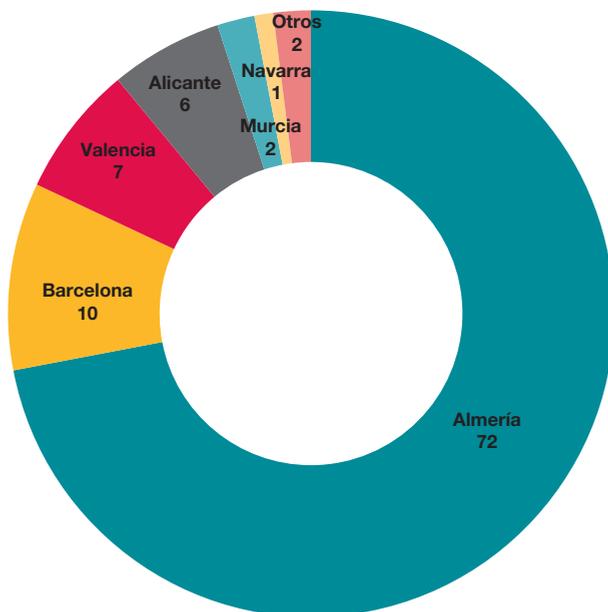
La berenjena es el producto hortícola, junto con el calabacín, donde la provincia de Almería tiene una mayor representación (Tabla 48 y Gráfico 69): supone el 72 % de todas las exportaciones españolas. Las cifras correspondientes a otras zonas, como es el caso de Barcelona, Valencia y Alicante, son pequeñas y son consecuencia de la presencia, en estas provincias, de empresas con capacidad re-exportadora, que sin embargo, poco a poco, se apoderan de más valor añadido, lo que se demuestra viendo las variaciones tan importantes de sus facturaciones. La coyuntura de Almería no es del todo positiva: en el último año las ventas cayeron un 7 %, sin embargo, los precios fueron un 20 % superiores a la media de los dos ciclos anteriores.

Tabla 48. Evolución de las exportaciones españolas de berenjena según provincia

	Toneladas				Miles de euros			
	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12
Almería	96.344	107.306	99.129	-7	103.349	93.415	86.830	15
Barcelona	13.072	5.914	5.787	123	5.215	4.449	3.985	24
Valencia	9.097	6.035	6.553	45	10.608	6.200	7.108	59
Alicante	8.761	7.095	3.707	62	10.671	8.001	4.165	75
Murcia	3.000	2.861	1.823	28	3.251	3.135	1.722	34
Navarra	1.074	308	369	217	966	277	332	217
Castellón	738	909	1.126	-27	1.003	1.082	1.140	-10
Gerona	620	551	596	8	696	497	524	36
Madrid	488	306	2.259	-62	1.045	516	2.541	-32
Granada	302	294	266	8	492	349	336	44
Málaga	301	310	374	-12	339	261	299	21
Otros	352	397	299	1	-202	330	138	-186
Total	134.147	132.285	122.285	5	137.432	118.512	109.118	21

Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

Gráfico 69. Exportaciones españolas de berenjena según provincia en 2013. En porcentaje

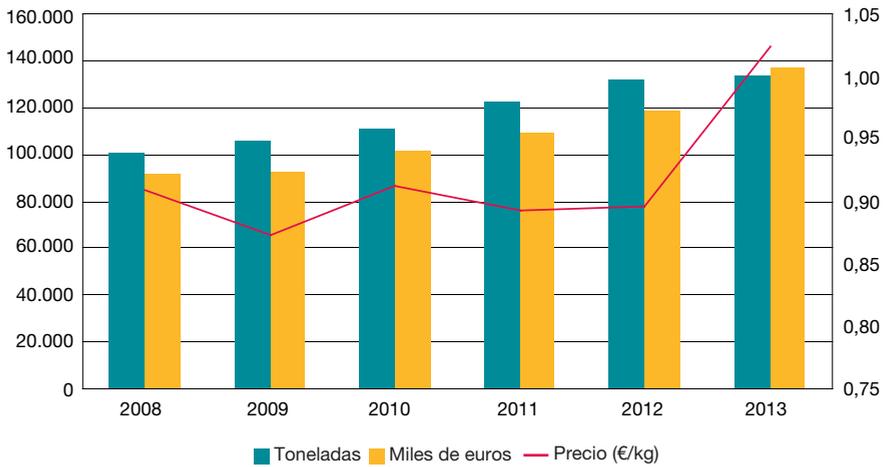
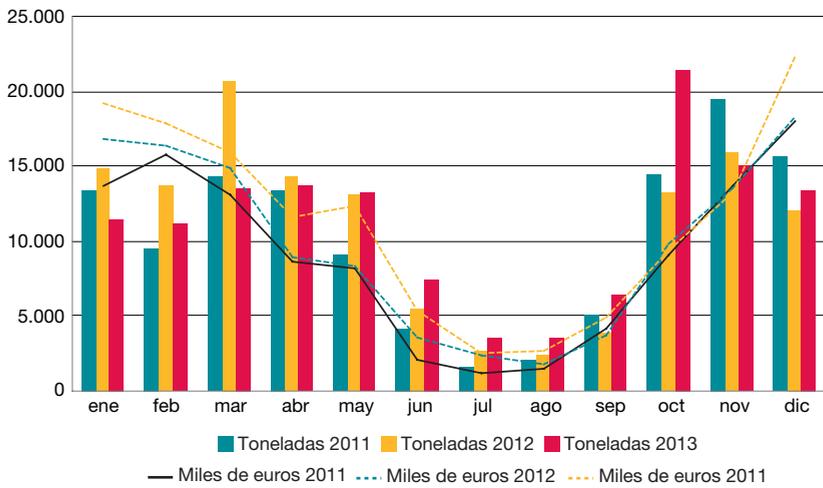


Fuente: Aduanas (2014). Elaboración propia.

Con respecto al ciclo de ventas, este producto muestra cierta estabilidad al margen de los altibajos típicos en cualquier producto agrario (Gráfico 70). Las exportaciones tienen un ritmo constante entre octubre y enero. Se aprecia como la concentración de las ventas en una sola provincia provoca una programación de la cosecha más óptima, en consonancia con la demanda menos estacional que solicitan la mayoría de los clientes. Por otro lado, de nuevo, se vuelve a ver un incremento, aunque pequeño, de la comercialización en el ciclo estival (junio-septiembre).

Si observamos la evolución de las exportaciones en los últimos seis años, vemos una tendencia clara y positiva en volumen, valor y precios. En resumen, las cifras ponen de manifiesto que a pesar de los lógicos desequilibrios puntuales, la concentración de la oferta, en este caso territorial, tiene efectos beneficiosos en las ventas al exterior.

Gráfico 70. Evolución del calendario de comercialización de la berenjena



Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

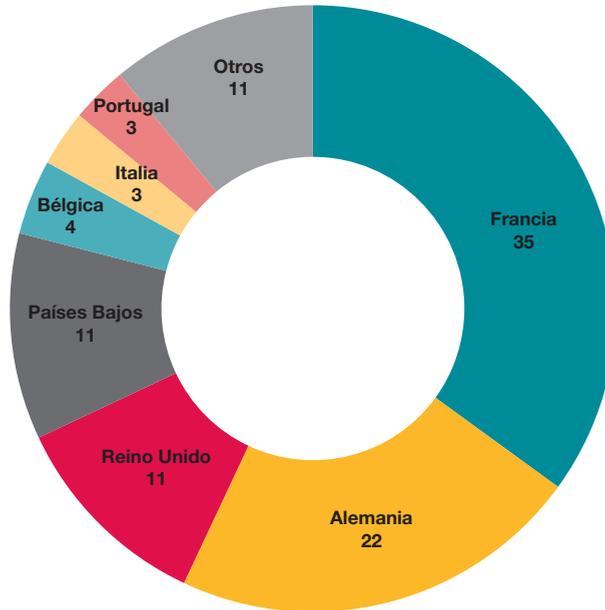
E. Calabacín

Francia es el principal comprador de calabacín español: este país representa el 35 % de todos los envíos (Tabla 49 y Gráfico 71). En este mercado el producto español tiene que competir con Marruecos, ya que Francia compra más de 32.000 toneladas anuales con este origen. Alemania compra el 22 % de las exportaciones españolas y Reino Unido otro 11 % adicional, igual porcentaje que Holanda. En el último año los envíos españoles han tenido, como en el resto de productos hortícolas, buenos resultados: se han incrementado un 3 % las toneladas vendidas, lo que unido a un precio un 16 % más alto, hace que los ingresos crezcan de forma considerable. La mayoría de los mercados importantes muestran buenas cifras, sobresaliendo especialmente Polonia, Suecia y Dinamarca. Destaca que Francia haya comprado menos cantidad, pero con precios más elevados. En el lado opuesto, solo en Italia desciende la facturación. En general, este producto sigue los patrones de venta hacia los mercados tradicionales, observándose que el este de Europa, presente como comprador de referencia en otros productos, no tiene especial relevancia.

Tabla 49. Evolución de las exportaciones españolas de calabacín

	Toneladas				Miles de euros			
	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12
Francia	96.556	96.407	105.900	-5	89.106	84.251	70.259	15
Alemania	61.752	55.014	56.326	11	52.973	47.300	38.497	23
Reino Unido	31.910	31.567	26.240	10	31.019	30.727	20.693	21
Holanda	31.009	32.308	27.042	4	28.776	28.668	17.395	25
Bélgica	10.272	12.584	8.964	-5	12.396	12.635	7.534	23
Italia	9.521	10.049	12.383	-15	7.750	9.938	7.757	-12
Portugal	9.276	9.538	10.312	-7	6.568	7.303	4.807	8
Suiza	5.051	5.245	5.681	-8	6.259	6.213	5.138	10
Polonia	4.765	3.012	2.855	62	4.306	2.843	2.092	75
Suecia	4.654	2.829	3.573	45	3.576	2.420	2.501	45
Dinamarca	3.035	1.495	2.001	74	2.416	1.244	1.717	63
Austria	2.335	3.278	2.324	-17	2.169	2.618	1.709	0
Otros	9.413	7.982	8.125	17	8.870	7.245	5.889	35
Total	279.548	271.308	271.725	3	256.185	243.405	185.988	19

Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

Gráfico 71. Exportaciones españolas de calabacín en 2013. En porcentaje

Fuente: Aduanas (2014). Elaboración propia.

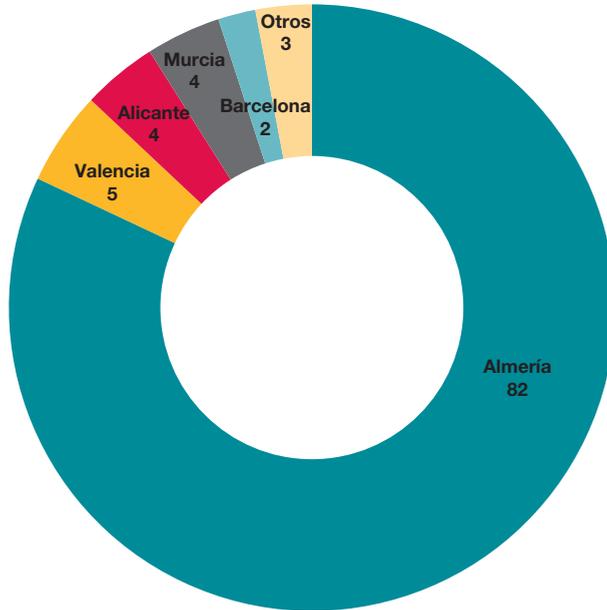
Almería representa el 82 % de todas las exportaciones españolas de calabacín (Tabla 50 y Gráfico 72). De hecho, esta provincia supone el 54 % de todo el producto comercializado en la UE. Este alto grado de concentración, implica que cualquier incidencia local tendrá repercusión en el consumo de calabacín de toda Europa. El previsible poder de negociación de esta área, sin embargo, no se traduce en resultados que sobresalgan del resto de productos. Al igual que ocurría con la berenjena, el resto de zonas vendedoras no son relevantes: Valencia, Alicante o Murcia no llegan a sumar un 15 % extra, más teniendo en cuenta que mucho de su producto tiene como origen Almería.

Tabla 50. Evolución de las exportaciones españolas de calabacín según provincia

	Toneladas				Miles de euros			
	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12
Almería	229.365	226.377	216.807	4	202.946	198.307	142.996	19
Valencia	14.784	14.566	18.103	-9	16.433	16.054	15.379	5
Alicante	11.113	11.023	5.836	32	14.450	11.306	4.408	84
Murcia	10.275	8.573	11.794	1	9.918	7.956	8.878	18
Barcelona	5.664	4.342	5.349	17	4.571	3.687	3.365	30
Castellón	2.750	2.948	2.764	-4	3.084	3.133	2.388	12
Cádiz	1.973	892	264	241	1.361	645	173	233
Málaga	1.899	937	1.044	92	1.904	883	727	137
Granada	561	228	897	0	439	218	690	-3
Otros	1.163	1.423	8.868	-77	1.079	1.217	6.984	-74
Total	279.548	271.308	271.726	3	256.185	243.405	185.988	19

Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

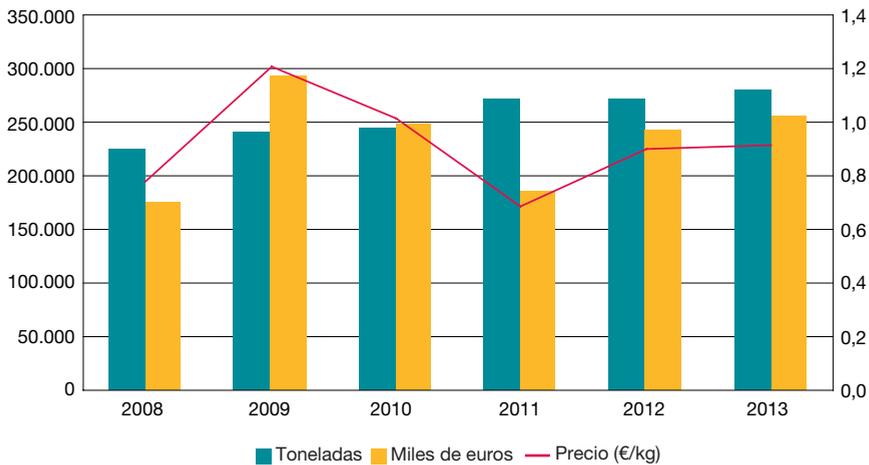
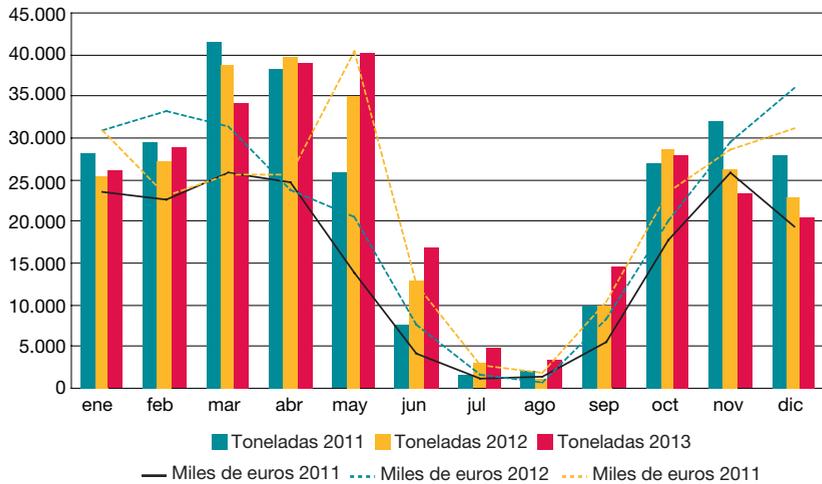
Gráfico 72. Exportaciones españolas de calabacín según provincia en 2013. En porcentaje



Fuente: Aduanas (2014). Elaboración propia.

Si atendemos al calendario de exportación (Gráfico 73), volvemos a observar cómo la concentración de la comercialización implica un calendario menos estacionalizado. De hecho, la producción ya no se encuentra centrada, como en el resto de productos hortícolas, en el periodo comprendido entre noviembre y enero, sino que los máximos están entre marzo y mayo, no coincidiendo con los precios más altos. En resumen, podemos ver un calendario más adaptado a las necesidades de los clientes. Sin embargo, esta situación no está en consonancia con los resultados positivos a largo plazo, como sí ocurría en el caso de la berenjena. Los precios en los últimos años muestran importantes altibajos y, en general, una tendencia no definida. El crecimiento de los ingresos viene motivado por el incremento de las toneladas vendidas. En general, este caso muestra cómo un sector altamente concentrado es incapaz de traducir su potencial para conseguir una evolución constante de ingresos, aunque sea leve.

Gráfico 73. Evolución del calendario de comercialización del calabacín



Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

F. Lechuga

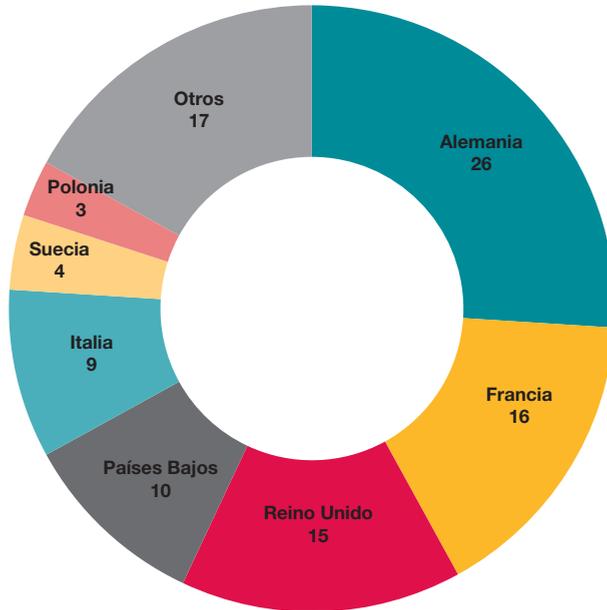
La lechuga es el segundo producto en importancia en cuanto a la exportación de hortalizas se refiere, solo por detrás del tomate. En la actualidad se están vendiendo al exterior casi de 740.000 toneladas. La lechuga española tiene como destino prioritario a Alemania (Tabla 51 y Gráfico 74). Concretamente este país compra el 26 % de las exportaciones. Es relevante que este producto, junto con el tomate, muestra una diversificación de mercados amplia. Francia y Reino Unido absorben producto español en porcentajes similares, 16 % y 15 % respectivamente. Países Bajos e Italia, e incluso Polonia, también pueden considerarse compradores importantes. En términos generales la coyuntura de la lechuga presenta puntos negativos. Aunque las ventas en el último año analizado han crecido un 8 %, los precios han sido más bajos. Esta misma situación se da en los principales mercados de referencia: Alemania y Francia. En Reino Unido existe una situación distinta, se ha producido un descenso de la comercialización en volumen aunque los precios han sido mayores. Se observa, por tanto, un mercado volátil y sin perspectivas claras. La inestabilidad comentada sobresale más si tenemos en cuenta que España apenas cuenta con competidores en Europa. Por el lado positivo, destaca el comportamiento de los mercados en Polonia y Suiza.

Tabla 51. Evolución de las exportaciones españolas de lechuga*

	Toneladas				Miles de euros			
	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12
Alemania	190.639	164.330	181.181	10	153.779	161.332	126.453	7
Francia	120.819	111.157	101.904	13	101.948	104.391	87.509	6
Reino Unido	108.701	115.541	115.447	-6	100.810	113.494	94.625	-3
Holanda	74.740	110.888	67.087	-16	60.639	79.211	52.425	-8
Italia	62.740	42.814	47.851	38	42.081	35.343	29.613	30
Suecia	33.016	32.140	30.994	5	31.482	30.582	21.225	22
Polonia	25.240	17.203	21.747	30	19.370	14.827	14.247	33
Suiza	17.003	14.492	15.139	15	17.005	16.071	13.663	14
Dinamarca	15.866	16.651	16.093	-3	14.529	15.132	12.186	6
Austria	12.671	10.071	12.471	12	11.666	11.368	11.147	4
Rep. Checa	12.361	8.166	9.401	41	10.535	10.924	10.247	0
Finlandia	12.337	11.734	11.838	5	9.518	7.578	6.852	32
Bélgica	9.354	7.706	7.535	23	9.462	10.253	7.305	8
Otros	43.525	36.027	34.840	23	36.697	31.471	27.006	26
Total	739.011	698.919	673.528	8	619.519	641.977	514.503	7

* Incorpora achicorias, incluidas escarola y endivia.

Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

Gráfico 74. Exportaciones españolas de lechuga en 2013. En porcentaje

Fuente: Aduanas (2014). Elaboración propia.

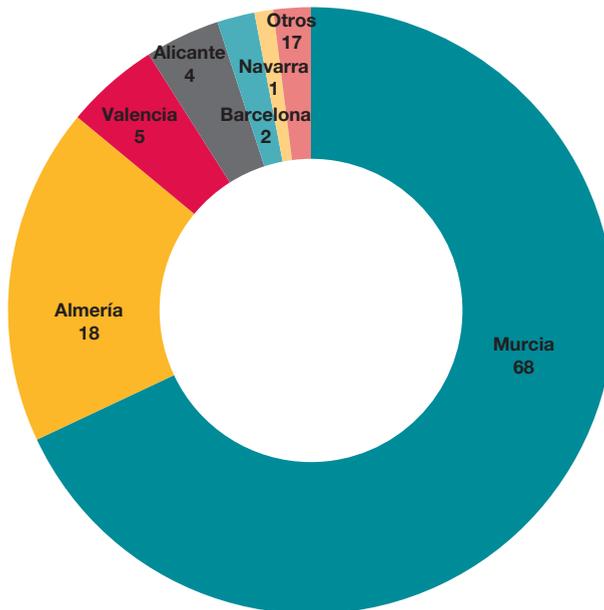
La principal zona exportadora en España es Murcia, representando el 68 % del total (Tabla 52 y Gráfico 75). A pesar de la fuerte concentración de la oferta, Murcia tiene unos resultados pobres en el último año. Las exportaciones en tonelaje crecen un 2 % y los precios de venta se estabilizan. Destaca que Almería, segunda provincia en importancia, con un 18 % de las ventas, aumenta sus exportaciones un 22 %, aunque al igual que Murcia, a costa de conseguir precios un 3 % más bajos. Las cifras del resto de provincias, como Valencia, Alicante o Barcelona, son en su mayoría el resultado de transacciones comerciales con empresas ubicadas en Murcia y Almería.

Tabla 52. Evolución de las exportaciones españolas de lechuga

	Toneladas				Miles de euros			
	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12	2013	2012	2011	% var. 13 media 11-12
Murcia	507.151	512.382	483.004	2	410.961	456.057	352.657	2
Almería	130.717	105.449	109.214	22	108.490	102.164	80.769	19
Valencia	35.532	22.053	31.325	33	44.322	28.712	35.528	38
Alicante	29.448	28.032	23.759	14	30.487	30.927	23.366	12
Barcelona	12.821	10.481	8.624	34	6.813	7.140	5.076	12
Navarra	6.572	5.748	4.062	34	4.997	4.366	3.367	29
Castellón	5.412	4.472	4.108	26	4.327	4.141	3.039	21
Tarragona	4.251	3.908	2.882	25	2.627	2.277	1.937	25
Gerona	3.013	2.611	2.087	28	2.588	2.272	1.567	35
Otros	4.095	3.784	4.462	-1	3.908	3.920	7.196	-30
Total	739.011	698.919	673.528	8	619.519	641.976	514.503	7

Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

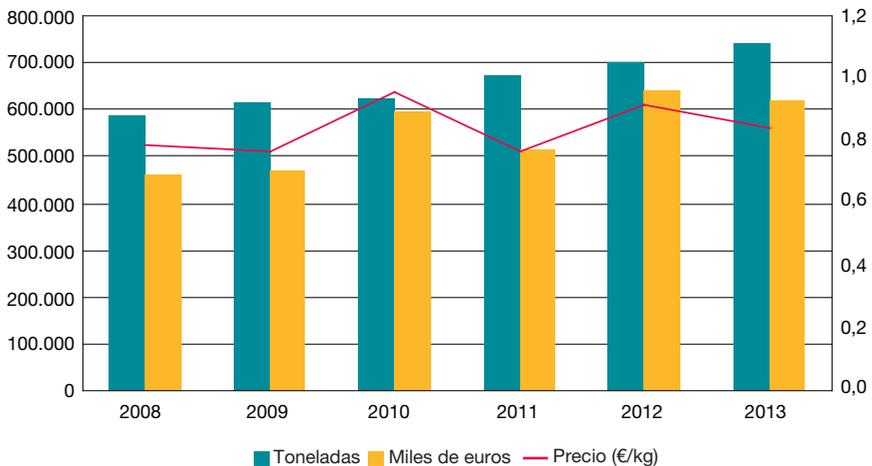
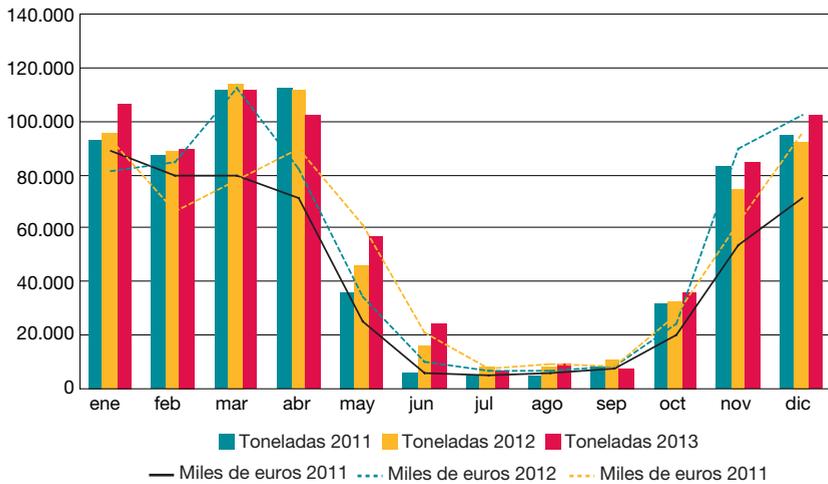
Gráfico 75. Exportaciones españolas de lechuga en 2013. En porcentaje



Fuente: Aduanas (2014). Elaboración propia.

El ciclo exportador de la lechuga (Gráfico 76), al igual que ocurría con la berenjena y el calabacín, muestra un comportamiento más estable. El conjunto de las ventas se concentran en el periodo comprendido entre noviembre y abril, con picos en los meses de marzo y abril, justo cuando los precios son más altos. Las ventas en época estival apenas están desarrolladas y no tienen perspectivas de crecimiento.

Gráfico 76. Evolución del calendario de comercialización de la lechuga



Fuente: Aduanas (varios años). Elaboración propia.

Desde una perspectiva de largo plazo, las exportaciones en volumen muestran una tendencia positiva. Sin embargo, los precios tienen escasas variaciones respecto a la media situada en 0,80 €/kg. Esto provoca que los ingresos tampoco muestren alteraciones relevantes.

