



Nuevas variedades y salsas dinamizan el sector de las **Frutas Tropicales y Exóticas**



La demanda al alza de la fruta tropical y exótica ha impulsado el cultivo de nuevas variedades en el territorio nacional, así como la consolidación de otras más asentadas como aguacates, mangos, papayas y chirimoyas. Por ello, la producción doméstica, tradicionalmente desarrollada en el sur peninsular y el archipiélago canario, ha expandido su presencia a demarcaciones como Baleares, Cataluña, Murcia, Asturias o Galicia. Además, España -principal productor del mercado europeo- ha seguido aumentando su cuota en Europa debido a las consecuencias de la pandemia, la cual ha dificultado la importación procedente de Latinoamérica. Sin embargo, los operadores españoles ya no solo exportan productos frescos, sino que también están comercializando sus propuestas de IV y V gama. Ante esta coyuntura, buena parte de las inversiones materializadas o proyectadas están encaminadas tanto a la penetración en estas categorías como al lanzamiento de nuevas referencias.

LUIS DE LA OSADA

luis.deaosada@alimarket.es

El Covid-19 ha generado situaciones contrapuestas dentro del sector hortofrutícola nacional. Pese a las dificultades a la hora de recolectar el producto y enviarlo a los mercados internacionales, donde España está posicionada como uno de los principales exportadores de fruta, sobre todo en la Unión Europea, la demanda interna ha crecido a doble dígito inducida por el mayor interés del consumidor en los bienes de primera necesidad. Así, el consumo de frutas se incrementó un 40%, según datos de la consultora Iri, durante el confinamiento más estricto de los meses de marzo y abril, evolución que ha seguido al alza en la denominada "nueva normalidad" con porcentajes entre un 5,5% y un 13,3% superiores frente a las cifras alcanzadas en enero y febrero de 2020, antes de la expansión del virus. No obstante, cabe señalar que dicha tendencia venía desarrollándose desde hace tiempo, impulsada por el lanzamiento y la consolidación de

nuevas variedades, el aumento de las inversiones para su promoción y el cambio en los hábitos de la población hacia una alimentación mucho más saludable.

Por todas estas razones, el segmento de fruta tropical y exótica hasta el pasado mes de junio -último dato disponible- acrecentó un 25% su consumo respecto al mismo periodo del año anterior, mientras que el valor lo hizo al 33%, conforme a las cifras registradas por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (Mapa) en el Panel 2020 de Consumo en los Hogares. El aguacate fue el subtropical que más creció (+41%) en la cesta de la compra de los españoles, ya que en la primera parte del año se adquirieron 7.070 t; sucedido por piñas (+37%), con 7.757 t; y mangos (+29%), con 2.333 t.

El aguacate alcanza la velocidad de crucero

"El aguacate es un alimento a prueba de pandemias. Se ha demostrado que, durante estos periodos, la gente quiere cosas fáciles y sanas de comer para buscar su bienestar. La salud y el



FRUTAS TROPICALES Y EXÓTICAS

Principales operadores del mercado nacional de Frutas Tropicales y Exóticas en 2020

Empresa	Toneladas	Aguacate	Kaki	Chirimoya	Granada	Mango	Piña	Papaya	Otros (+)	Marcas
1 ANECOOP, S.COOP.	125.600	X	X	X	X	X		X		Bouquet Exotic, Poppy, Nadal, Persimon Bouquet
2 TROPS S.A.T. N 2803	50.000	X				X				Trops, Balix, Avoax
3 DEL MONTE FRESH PRODUCE SPAIN, S.A.	45.000 (*)	X					X			Del Monte, Del Monte Gold
4 JOSÉ LUIS MONTOSA, S.L.	34.200	X				X				Sublime Gold, Montosa Selection, Montosa, Be friendly, Native
5 EXCELTROP, S.L.	30.500	X				X				Tropico Spain
6 REYES GUTIÉRREZ, S.L.	30.000	X				X				Casado, Casado Premium, Reyes Gutierrez, Palta, Casamaroc
7 ARC EUROBANAN, S.L.	30.000 (*)	X	X	X	X	X	X	X	X	Isla Bonita, Isla Bonita Premium Gold, Caribiana
8 CULTIVAR, S.A.U.	27.300	X	X	X	X	X	X	X	X	Exótica Premium, Cozumel, Tropical Queen, Del Monte
9 FRUITS CMR – GRUPO	24.300	X	X	X	X	X	X	X	X	Aurum, CocoTrop, YucaLand
10 TROPICAL MILLENIUM, S.L.	20.000	X				X		X	X	M de Premium, Monsieur Tropical, Miss Tropical
11 NATURAL TROPIC, S.L.	19.000	X		X		X			X	Natural Tropic, Deseo Premium, NTC
12 NUFRI GRUPO	18.900	X	X		X	X	X	X	X	Del Monte, Fruit Point, Delissium
13 BARGOSA, S.A.	18.000	X	X	X	X	X	X	X	X	Solen Gold, Rosy, Del Monte
14 FRUNET, S.L.	16.000	X				X	X	X		Frunet
15 AXARFRUIT, S.L.	15.000	X				X				Axarfruit, Wacado
16 FRUTAS E. SÁNCHEZ, S.L.	14.500 (*)	X	X			X	X		X	Qué Rica!!
17 COOP. AGRÍCOLA ALGINET (COAGRI)	14.000		X							Coagri, Algineco, Algival, Persimon
18 HNOS. FERNÁNDEZ LÓPEZ, S.A.	13.985	X	X	X	X	X	X	X	X	Orsero, Simba, Cuqui, Acaua
19 GRUPO LA CAÑA	13.800	X		X		X				La Caña, La Caña Gold, Bio Caña
20 FRUTAS LOS CURSOS, S.L.	10.173	X		X		X				Anonas, Exquissitta, Frutas Los Cursos, Soan Fresh
21 FRIGORIFICOS DE BASAURI, S.L. (FRIBASA)	10.075	X			X	X	X	X	X	Eroski, Eroski Natur, Eroski Natur Bio, Costa Volcán, Del Monte
22 ALCOAXARQUIA, S.L.	10.000	X				X				Nagami Tropi
23 CAMBAYAS, COOP. V.	10.000				X					Cambayas, Saoni
24 FRUTAS RAFAEL MANZANO E HIJOS, S.L.	10.000	X		X		X				Manzano, Manzano Exclusive, Salomar, Exotic Gourmet
25 KAKIFRESH NATURE, S.L.	10.000		X							Kakifresh
26 S.A.T. INTERTERRA	10.000		X							Sharoni, Medina
27 DISPLAFRUIT, S.A.	9.500		X							Displa, Algifruit
28 CIA. FRU & VER MADRID, S.L.	9.000 (*)	X	X	X	X	X	X	X	X	Essência del Trópico, Essência do Brasil, Dolce Maravilla, Bana Bana, Vidaverde, Trops, B&S
29 MOGALLA, SAT	6.000		X		X					Mogalla, Tangerina
30 BLASCO FRUIT, S.L.	6.000 (*)		X							Blasco
31 SIGFRIDO, S.L.	5.035	X				X				Sigfrido, Retamosa, Chispita
32 PROVELPACK, S.L.	4.515	X				X			X	Provelpack
33 COOP. PROCAM	4.500 (*)	X		X		X				Procam, Bio Procam, Prexmo

continúa >

bienestar son el nuevo lujo. Esta situación nos ha cambiado a todos y va a ayudar al aguacate, como a cualquier otro producto sano como las frutas y hortalizas.

En mi opinión, la tendencia ya venía desarrollándose en los últimos años. Por ejemplo, en 2020 se comercializaron casi 670.000 t de aguacate en Europa, un 12% más que en 2019, y para 2021 también prevemos un nuevo incremento, situado entre el 15% y el 20%. Este crecimiento se da cuando hay producto e interés. En este sentido, por un lado, tenemos las nuevas plantaciones que han comenzado a dar rendimiento y, por otro, estamos viendo un boom del interés, porque se habla mucho sobre el aguacate”, afirma Xavier Equihua, presidente de WAO.

Y es que, tal como manifiesta el máximo responsable de la Asociación Mundial del Aguacate (WAO por sus siglas en inglés), la superficie empleada en España al cultivo de aguacates se incrementó un 16% solo en 2019, hasta

totalizar 14.104 ha, según los datos del Mapa. Por regiones, Andalucía, con el epicentro en la provincia de Málaga, encabeza la producción al abarcar casi el 80%. Sin embargo, llama la atención el caso de la Comunidad Valenciana, la cual ese año pasó de las 617 ha a 1.702 ha, aproximándose a Canarias (1.866 ha), zona que cuenta con cierto acervo en la explotación de frutas tropicales. Asimismo, destaca la expansión por el territorio nacional, puesto que Baleares, Cataluña, Murcia, Asturias y Galicia ya han empezado la recolección de sus primeros volúmenes comerciales.

De hecho, Canarias creó el pasado mes de julio la Asociación de Organizaciones de Productores de Aguacates de Canarias (Asguacan), entidad que pretende concentrar la oferta del sector aguacatero canario para organizar e impulsar su exportación nacional e internacional, además de conseguir una Indicación Geográfica

Protegida (IGP) para obtener una marca de garantía. La asociación, que tiene su sede social en La Palma, está conformada por todas las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH) del archipiélago, las cuales producen entre 8.000 y 9.000 t al año. No obstante, Asguacan prevé que esa cantidad se duplique en el medio plazo, debido a las inversiones realizadas.

El boom de las frutas tropicales y exóticas

Pero el boom no es exclusivo del aguacate. Papayas, pitayas y mangos también han incrementado la superficie cultivada en el último lustro. Precisamente, el mango es una de las frutas tropicales más trabajadas en nuestro país tras el aguacate, registrando en 2019 una evolución positiva del 12%, hasta las 5.280 ha. Pese a ello, la producción no fue tan voluminosa como



CUIDAMOS *nuestro producto,
de ti.*

FRUTAS TROPICALES Y EXÓTICAS

.../ Principales operadores del mercado nacional de Frutas Tropicales y Exóticas en 2020

Empresa	Toneladas	Aguacate	Kaki	Chirimoya	Granada	Mango	Piña	Papaya	Otros (+)	Marcas
34 COPLACA SOC. COOP. (1)	4.000	X				X	X	X		Coplaca
35 MARFRUIT FRUTAS Y HORTALIZAS, S.L.	4.000				X					Diamant Rouge, Elegante, Sweet Mediterranean
36 CHIQUITA EUROPE B.V.	4.000 (*)						X			Chiquita
37 FRUTAS GARRALÓN IMPORT EXPORT, S.A.	4.000 (*)	X				X	X	X	X	Garralón, Blanco López, Del Monte, Tropic Fruits
38 MESBONSA, S.L.	4.000 (*)	X				X				Aramesa, Mesbonsa, Sol Málaga
39 GRUPO BONNYSA	3.780	X			X	X	X	X	X	Bondelicius, Bonnysa
40 TARAMAY FRUTAS, S.L.	3.500	X		X		X		X	X	Taramay
41 ALCUDIA EXPORT-FRUIT, S.L	3.000				X					Alcudia
42 ALICHAMPI, S.L.	2.402	X	X	X	X	X	X	X	X	Sublime
43 FEROFRUIT ALMUÑECAR, S.L.	2.000	X		X		X			X	Al Sol Natural, Exóticos
44 GRUPO HORTOFRUTÍCOLA PALOMA, S.A.	2.000 (*)				X					Paloma
45 TROPIFRUIT, S.L.	2.000 (*)	X		X		X	X			Tropifruit

(+) No contempla kiwi, plátano, banana y nispero. Incluye lima, fruta de la pasión, litchi, maracuyá, granadilla, tamarillo, pitahaya, guayaba, mangostán, carambola, guayaba, kuMquat, rambután, etc.

(*) Estimación. (1) Integrada en Grupo Eurobanan.

Fuente: Alimarket Gran Consumo

se esperaba. Ante esta coyuntura, desde la Asociación Española de Frutas Tropicales explican que la disminución deriva de las inclemencias meteorológicas. Así, de las 26.000 t recogidas durante la anterior temporada se han pasado a recolectar cerca de 20.000 t en 2020. “Las calidades han sido muy buenas y la demanda se ha mantenido, pero esta importante bajada (-23%) no nos ha permitido obtener buenos resultados a la mayoría de los productores, por lo que ha sido una campaña mala”, puntualizan desde la entidad.

La problemática no fue exclusiva del mango, sino que el mal tiempo en etapas clave, con lluvias y temperaturas más bajas de lo habitual, también afectó al volumen de kakis, como confirman desde Coagri, cooperativa que comercializa unas 14.000 t anuales y que en 2019 se integró en Anecoop. Sin embargo, su comportamiento en los mercados fue “muy positivo”, al experimentar un aumento de la demanda por encima del 25%, en relación a los datos de consumo registrados el año anterior.

Aunque la producción nacional de fruta tropical está centrada

principalmente en aguacate, mango y chirimoya, hay decenas de otras especies que se cultivan en menor grado o que se pueden cultivar y aún no se hace a nivel comercial. “En los últimos años hemos asistido, por ejemplo, a la presencia en los supermercados de papaya y pitaya españolas. Esa presencia creo que se va a consolidar, dado que tanto en Canarias como en la costa Mediterránea andaluza se puede degustar una gran variedad de otras frutas tropicales producidas a nivel local como maracuyá, longan, litchi, guayaba, diversos tipos de zapotes, carambola, guanábanas de invernadero... Y poco a poco van a encontrar su nicho comercial a mayor escala”, asegura Iñaki Hormaza, investigador del IHSM La Mayora de Málaga.

Aumenta la competencia en el mercado doméstico

Precisamente, Alhóndiga La Unión ha comenzado a promocionar la marca “Taramay”, proyecto que inició a mediados de 2018 tras incorporar al grupo el antiguo staff de Frutas El Romeral, y su gama de frutas tropicales, que destaca

por disponer de producto a lo largo de los 365 días del año, a pesar de llevar poco tiempo trabajando este sector. Su propuesta está compuesta por aguacate, chirimoya, papaya, mango y pitaya, que en su mayoría (60%) se comercializan en los mercados europeos. “Los países con mayor poder adquisitivo son los que están marcando las pautas del consumo. Aguacate y mango son las frutas más demandadas, con un creciente interés por la pitaya”, especifica la entidad.

Para impulsar la puesta en escena de “Taramay”, La Unión incorporó en 2020 un nuevo sistema para la premaduración de esta familia de fruta, que seguirá optimizando este año con nuevas inversiones. En 2021 también tiene previsto emprender un proyecto de IV gama y continuar ampliando su oferta.

Agroponiente ha sido otro de los grandes grupos hortofrutícolas nacionales que se han adentrado en la producción de frutas tropicales en los últimos años. Por ello, está adecuando sus instalaciones al volumen comercial proyectado en el medio plazo, ya que el actual aún no es representativo al resto de su negocio. En concreto, ha implantado una cámara de

maduración para aguacate y mango en la central de Castell de Ferro (Granada), situada en plena Costa Tropical. “Estas inversiones son el fruto de meses de estudio de las necesidades de la empresa, encaminados al cumplimiento de un objetivo muy claro y ambicioso: alcanzar la máxima excelencia en nuestro afán de servicio tanto a agricultores como a clientes”, declara Juan Jesús Lara, director Industrial de Grupo Agroponiente.

Además, Anecoop, que ya tenía experiencia en el cultivo de kaki y granada, acaba de presentar una fruta tropical que se consume como si fuera una hortaliza. Se trata de la papaya verde, lanzamiento estratégico por su novedad en Europa, puesto que es oriunda de Asia, Sudamérica y Centroamérica, donde su demanda está más extendida. De hecho, es una de las compañías pioneras en producir este producto dentro del territorio nacional y la primera comercializadora en cuanto al volumen, con 500 t. Su campaña se extiende durante todo el año, aunque el pico de producción se concentra entre los meses de enero y febrero. A simple vista, la diferencia frente a la papaya madura o tradicional es el color, tanto exterior, donde es totalmente verde y no tiene ninguna tonalidad amarilla, como en el interior, ya que la pulpa es blanca en lugar de naranja. La entidad pone en valor su cercanía a los mercados europeos, lo que reduce los tiempos de transporte y minimiza el impacto en la huella de carbono respecto a la papaya importada. En este sentido, cabe recordar que Anecoop constituyó en 2017 la A.I.E. Exóticos del Sur con el fin de ordenar, impulsar y consolidar la comercialización de papaya de proximidad en Europa. A día de hoy, el grupo está integrado por más de una veintena de productores de Almería, Murcia y Canarias, los cuales operan unas 30 ha de terreno para su cultivo.

Mientras tanto, en septiembre de 2020, Real Cimex comenzó su actividad en la localidad jienense de Alcalá la Real. La compañía se centra en la importación y exportación de aguacate, guanábana, mango, maracuyá, papaya, piña o pitaya, entre otras frutas, bajo la marca propia ‘Alcalá Tropical’. El producto procede de Latinoamérica, principalmente de Perú y Ecuador, y su objetivo es aumentar el volumen en los



El mejor sabor a tu alcance



#LAUNIONhacela fuerza

Tlf. +34 950 58 08 00

comunicacion@launioncorp.com

POL. INDUSTRIAL TARAMAY, 5. ALMUÑÉCAR, GRANADA

FRUTAS TROPICALES Y EXÓTICAS



KAKI

Principales operadores de 2020 en volumen

Empresa	Toneladas
1 ANECOOP, S.COOP.	118.025
2 COOP. AGRÍCOLA ALGINET (COAGRI)	14.000
3 KAKIFRESH NATURE, S.L.	10.000
4 S.A.T. INTERTERRA	10.000
5 DISPLAFRUIT, S.A.	9.500
6 BLASCO FRUIT, S.L.	6.000 (*)
7 FRUTAS E. SÁNCHEZ, S.L.	3.000 (*)
8 MOGALLA, SAT	2.400
9 BARGOSA, S.A.	1.400
10 NUFRI GRUPO	1.200

(*) Estimación



AGUACATE

Empresa	Toneladas
1 TROPS S.A.T. N 2803	35.000
2 JOSÉ LUIS MONTOSA, S.L.	32.832
3 REYES GUTIÉRREZ, S.L.	21.000
4 EXCELTROP, S.L.	16.500
5 NATURAL TROPIC, S.L.	14.000
6 TROPICAL MILLENNIUM, S.L.	13.000
7 AXARFRUIT, S.L.	12.000
8 GRUPO LA CAÑA	12.000
9 FRUITS CMR – GRUPO	9.900
10 ALCOAXARQUIA, S.L.	9.000

(*) Estimación



PAPAYA

Empresa	Toneladas
1 ARC EUROBANAN, S.L.	3.000 (*)
2 GRUPO BONNYSIA	2.800
3 CULTIVAR, S.A.U.	2.100
4 ANECOOP, S.COOP.	1.493
5 GRUPO DURÁN	1.300
6 COPLACA SOC. COOP.	1.000
7 FRUNET, S.L.	1.000
8 HNOS. FERNÁNDEZ LÓPEZ, S.A.	963
9 TROPICAL MILLENNIUM, S.L.	800
10 BARGOSA, S.A.	600

(*) Estimación



MANGO

Empresa	Toneladas
1 EXCELTROP, S.L.	14.000
2 TROPS S.A.T. N 2803	14.000
3 ALCOAXARQUIA, S.L.	9.000
4 REYES GUTIÉRREZ, S.L.	9.000
5 ARC EUROBANAN, S.L.	6.500 (*)
6 TROPICAL MILLENNIUM, S.L.	6.000
7 NATURAL TROPIC, S.L.	4.500
8 CULTIVAR, S.A.U.	4.200
9 AXARFRUIT, S.L.	3.000
10 FRUNET, S.L.	3.000

(*) Estimación

continúa >

dos próximos años, motivo por el que ha recibido una subvención que supera los 900.000 € de la Diputación de Jaén, con la condición de contratar 92 trabajadores antes de 2022.

IV y V gama estimulan la inversión en el sector

La gran mayoría de profesionales consultados para este informe coinciden

en afirmar que las frutas tropicales y exóticas de origen español gozan de prestigio en el continente europeo. De hecho, hasta octubre de 2020, los operadores nacionales incrementaron sus exportaciones en valor (+10,6%) y en volumen (+11,7%), respecto al periodo anterior, y la previsión es que la tendencia continúe debido a la pandemia. Por tanto, una buena parte ha proseguido ampliando las instalaciones

u optimizando inversiones materializadas en anteriores ejercicios con la finalidad de aumentar su cuota en Europa.

La comercializadora malagueña Axarfruit ha sido una de las compañías que llevó a cabo en 2020 un proyecto de estas características. En concreto, siguió afinando la planta de 10.000 m² que se ubica en Vélez-Málaga, cuna de la producción de aguacate y mango en España. El recinto fue adquirido en 2018

.../ Principales operadores de 2020 en volumen



CHIRIMOYA

Empresa	Toneladas
1 FRUTAS RAFAEL MANZANO E HIJOS, S.L.	4.200
2 FRUTAS LOS CURSOS, S.L.	2.747
3 NATURAL TROPIC, S.L.	2.000
4 FRUTAS H. FAJARDO, S.L.	1.500 (*)
5 TARAMAY FRUTAS, S.L.	1.120
6 CULTIVAR, S.A.U.	840
7 GRUPO LA CAÑA	800
8 BARGOSA, S.A.	600

(*) Estimación



GRANADA

Empresa	Toneladas
1 CMBAYAS, COOP. V.	10.000
2 MARFRUIT FRUTAS Y HORTALIZAS, S.L.	4.000
3 MOGALLA, SAT	3.600
4 ALCUDIA EXPORT-FRUIT, S.L.	3.000
5 ANECOOP, S.COOP.	2.694
6 GRUPO HORTOFRUTICOLA PALOMA, S.A.	2.000 (*)
7 FRANCISCO OLIVA, S.L.	1.300
8 FRUITS CMR – GRUPO	1.000

(*) Estimación

Fuente: Alimarket Gran Consumo

para la comercialización de frescos, pero gracias a dichas mejoras, lo ha preparado para la elaboración de referencias de IV y V gama. De momento, según explican las fuentes consultadas, está realizando pruebas para el desarrollo de guacamole, salsa con la que penetrará en la categoría.

Y es que el guacamole se ha convertido en el acompañamiento perfecto para muchos platos de la

gastronomía española. Así, una de las pioneras en introducir este producto en el mercado doméstico, como Montosa, continúa perfeccionando su receta, además de innovar con otras propuestas como la pulpa de aguacate. Por consiguiente, ha proyectado una inversión de 8 M€, de los cuales 2 M€ ya se ejecutaron a lo largo de 2020, para la incorporación de nuevas líneas de confección más avanzadas.



PIÑA

Empresa	Toneladas
1 DEL MONTE FRESH PRODUCE SPAIN, S.A.	40.000 (*)
2 BARGOSA, S.A.	14.500 (1)
3 NUFRI GRUPO	14.000 (1)
4 FRUTAS E. SÁNCHEZ, S.L.	10.000 (*)
5 HNOS. FERNÁNDEZ LÓPEZ, S.A.	7.300
6 FRUNET, S.L.	7.000
7 ARC EUROBANAN, S.L.	6.500 (*)
8 CIA. FRU & VER MADRID, S.L.	5.000 (*)
9 CULTIVAR, S.A.U.	4.200 (1)
10 FRIGORIFICOS DE BASAURI, S.L. (FRIBASA)	4.000 (1)

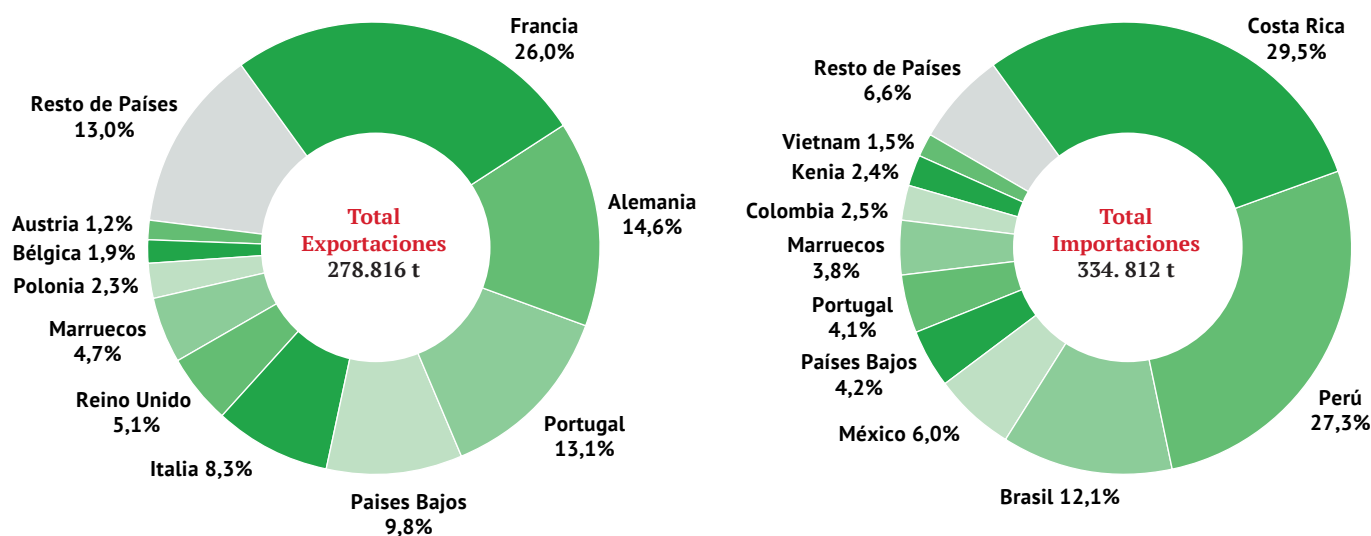
(1) Panelista de Del Monte

También la hortofrutícola granadina Frutas Los Cursos busca ampliar su oferta de V gama, después de sumar unas nuevas instalaciones a finales de 2020. El proyecto ha supuesto pasar de los 600 m² que tenía a los 1.500 m² actuales. En ellas ha instalado una máquina de alta presión con tecnología HPP para la conservación de alimentos. “Hemos realizado una inversión grande, sobre todo, con la compra de este equipo, que es una apuesta por la seguridad alimentaria, puesto que garantiza que el producto esté en buenas condiciones y no fermente”, subraya. La iniciativa se enmarca dentro de su objetivo de ampliar el negocio de V gama: “El futuro está en lo elaborado. El aguacate está cada vez más integrado en la sociedad y el guacamole se empieza a ver como una alternativa saludable a otro tipo de salsas”, añade. Por ello, el ready to eat es uno de los pilares estratégicos de la empresa, que debe en torno al 20% de su cifra global de ventas a las propuestas relacionadas con la conveniencia.

Frunet y Natural Tropic son otras dos sociedades dedicadas al cultivo y venta de frutas tropicales y exóticas que cuentan con novedades en este área.

FRUTAS TROPICALES Y EXÓTICAS

Exportaciones / importaciones españolas de Frutas Tropicales y Exóticas (volumen) (+) (1)



(*) Acumulado de enero a octubre de 2020

(1) Incluye piña, aguacate, guayaba, mango, mangostán, kaki, coco, lima y papaya

Fuente: Alimarket Gran Consumo con datos del ICEX

La primera va a acometer en 2021 la construcción de una fábrica de IV gama por 1 M€, mientras que la segunda destinó 600.000 € el curso pasado con el fin de aumentar espacio en sus instalaciones y comprar maquinaria para elaborar untables. Entretanto, Óscar Ramírez, propietario de Exceltrop, ha constituido la empresa Paltavo, S.L. junto a Luis Bravo, exgerente de Avomix, cuya actividad principal es la producción y comercialización de salsas y zumos derivados de frutas y hortalizas. La nueva firma se emplaza en la misma central que Exceltrop, por lo que durante el año pasado desembolsó 700.000 € en su ampliación y adecuación.

Modernización y sostenibilidad como seña de identidad

Fuera de la tendencia de los productos elaborados, el sector ha focalizado sus inversiones hacia una mayor sostenibilidad y modernización, puesto que se trata de una industria que tiene implicaciones muy directas sobre el bienestar y la salud, las condiciones de vida y trabajo de miles de personas,

y en los recursos medioambientales. De hecho, estos factores son una prioridad para muchos clientes.

Así, Trops ha logrado la Certificación de Sostenibilidad y Contribución Empresarial a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), avalada por Aenor, convirtiéndose en la primera empresa nacional del sector agroalimentario en conseguirlo, tal como apuntan desde la cooperativa de segundo grado.

El sello reconoce proyectos de investigación, innovación y desarrollo (I+D+i) que ha efectuado en sus explotaciones agrarias para la conserva y mejora del entorno. También distingue los programas para generar empleo estable, con condiciones que faciliten la conciliación y promoción profesional.

Por otro lado, la firma malagueña está desarrollando una importante ampliación en sus instalaciones centrales, siendo la mejora de sus actividades logísticas uno de los principales objetivos a conseguir. El proyecto, que dio comienzo en 2019, concluirá este 2021 y está orientado a la puesta a punto del consumo de la fruta, tanto de mango como de aguacate. El importe de la inversión ascenderá a unos 21 M€ y

supondrá la incorporación de 8.000 m² más, frente a los 34.000 m² actuales. La operación implicará una reorganización dentro de la nave, aunque la mayor parte se dirigirá a nuevas cámaras de almacenamiento. Además, se incluirán distintos mecanismos de automatización y movimiento de mercancías, que le permitirán mejorar la eficacia y reducir los costes en el segmento ready to eat.

Persiguiendo la estela de la sostenibilidad, Tropical Millenium optimizó en 2020 la infraestructura y maquinaria en su centro de producción. A esos conceptos destinó alrededor de 2,5 M€ este año; una cuantía que le permitió realizar cambios en la zona de trabajo, incorporar cámaras frigoríficas y de maduración, así como máquinas para la confección, con material sostenible que reduce el consumo de plásticos, y de transformación del envase, para el lanzamiento de nuevos formatos y referencias.

De igual modo, Sigfrido Fruits proyectó a finales del año pasado otros 2,5 M€ para la construcción de unas instalaciones dirigidas al producto ecológico. Por ello, agregará 4.500 m² de superficie a los 2.800 m² iniciales de 2018. Este nuevo recinto dispondrá

Evolución del comercio exterior de Frutas Tropicales y Exóticas (+) (1)

	2016	2017	2018	2019	2020
Valor (M€)					
Importación	316,2	367,5	397,2	453,2	473,8
Exportación	346,8	434,2	437,3	476,1	526,6
Volumen (t)					
Importación	236.875	263.123	315.153	319.765	334.812
Exportación	188.748	240.045	248.362	249.505	278.816

(+) Período de enero a octubre

(1) Incluye piña, aguacate, guayaba, mango, mangostán, kaki, coco, lima y papaya

Fuente: Alimarket Gran Consumo con datos del ICEX

de una zona para la manipulación de la fruta, equipada con la maquinaria pertinente para el calibrado, madurado y envasado de aguacate y mango. También dispondrá de 1.000 m² -totalizando 1.800 m²- para el almacenamiento en

frío. El objetivo de la inversión deriva, según manifiesta la compañía, del incremento de la demanda a lo largo del último año, sobre todo del mercado nacional, que concentra cerca del 60% de sus ventas.

En tanto que Cultivar estudia el traslado a unas instalaciones de mayor superficie que le permitan seguir desarrollando la joint venture emprendida junto a la productora Tropicsur. El proyecto busca aunar los conocimientos del producto y de la distribución de ambas hortofrutícolas para afianzar su posicionamiento en “un mercado muy exigente y en expansión”. La colaboración comenzó al inicio de la campaña de mango de 2020 y, en la actualidad, está centrada en el desarrollo de embalajes que destaquen el origen nacional de su propuesta. Igualmente, la distribuidora catalana va a levantar una nueva nave de 8.000 m² en Mercabarna, con la que incrementará el espacio dirigido a la selección y maduración de su oferta (11.760 t) de aguacates y mangos bajo las enseñas ‘Exótica’ y ‘Cozumel’.



**Frescura, calidad y sabor
en envase *natural***

**Especializados en la producción y comercialización de caqui,
cítricos y otros productos hortofrutícolas desde 1946.**

FRUTAS TROPICALES Y EXÓTICAS

El kiwi nacional extiende su presencia a nuevas zonas de cultivo

LUIS DE LA OSADA

El kiwi es una de las frutas tropicales y exóticas más demandadas en el mercado doméstico. De hecho, su cuota en la cesta de la compra de los españoles ha crecido un 8% interanual a lo largo del último lustro, situando al país entre los principales consumidores per cápita del mundo. En consecuencia, las compañías hortofrutícolas empleadas en su producción van incrementando año a año sus volúmenes, que en 2019 totalizaron 24.508 t, conforme a los datos de esa campaña facilitados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (Mapa).

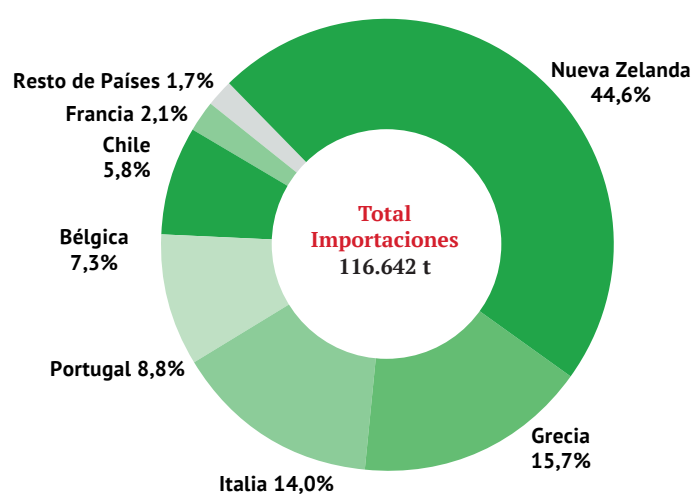
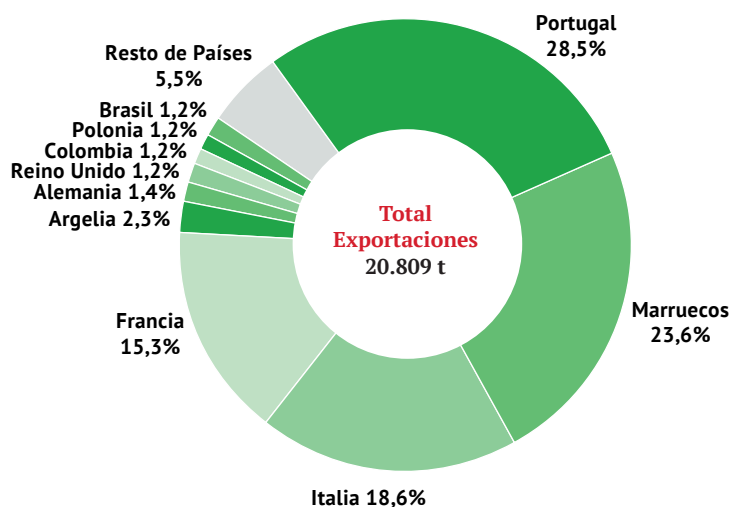
Dicha situación ha derivado en la proliferación y, por ende, expansión de las explotaciones agrícolas dedicadas a este tipo de cultivo en el territorio nacional. Así, la Comunidad Valenciana ha superado en superficie de producción, con 143 ha, al País Vasco, demarcación que cuenta con cierto bagaje en el laboreo de kiwis. Sin embargo, llama la atención los casos



de Cataluña (36 ha), Madrid (34 ha) y Extremadura (16 ha), puesto que son áreas que están incorporando esta fruta gracias a la adaptación de variedades, sobre todo en el centro peninsular, donde las heladas son muy frecuentes en invierno.

Por comunidades, y de acuerdo a las cifras facilitadas por el Mapa, Galicia es la mayor productora de kiwis del ámbito nacional, con 14.306 t en 2019, lo que supone casi el 60% de todo el volumen de origen doméstico. Le sigue con diferencia

Exportaciones / importaciones españolas de Kiwi (volumen) (+)



(+) Acumulado de enero a octubre de 2020

Fuente: Alimarket Gran Consumo con datos del ICEX

Evolución del comercio exterior de Kiwi (+)

	2016	2017	2018	2019	2020
Valor (M€)					
Importación	126,9	185,3	170,1	167,1	205,9
Exportación	19,0	21,5	21,4	22,8	38,1
Volumen (t)					
Importación	130.985	188.253	149.590	119.700	116.642
Exportación	17.459	13.619	16.645	16.733	20.809

(+) Período de enero a octubre

Fuente: Alimarket Gran Consumo con datos del ICEX

Asturias, tras registrar ese ejercicio una producción de 4.912 t. Entre ambas regiones concentran cerca del 80% de todo el género que se obtiene en España.

En tanto, en el apartado de variedades, el kiwi verde es la tipología dominante en líneas generales, al agrupar alrededor del 77,5% -en números unas 19.000 t- de la producción anual en nuestro país; quedando el 22,5% restante repartido entre las novedosas especies rojas y amarillas. Precisamente, estas últimas, que suelen estar sujetas a royalties, según manifiesta gran parte de los profesionales consultados para la elaboración de este contenido, son las que más se están expandiendo por los nuevos territorios de cultivo, al ofrecer mayor tolerancia a climas fríos, como los de Madrid y Extremadura.

El valor añadido impulsa la inversión

Y es que, salvo en el factor precio, la última campaña doméstica ha dejado satisfechos a la mayoría de productoras y distribuidoras de kiwi. “Venimos notando una tendencia de crecimiento sostenido en los mercados mayoristas, quizás este año ha aumentado más por las restricciones derivadas de la pandemia. Nuestro sector no ha sido perjudicado directamente, pero

si se mantiene el problema incidirá fundamentalmente al precio”, explica Carlos Vila, director general de Kiwi Atlántico. Ante estas perspectivas, la compañía gallega se encuentra desarrollando nuevos proyectos para la valoración del kiwi no comercial, los cuales continúan las pruebas efectuadas en cursos anteriores (bases para helados, vinagretas y cremas). En concreto, se centran en el aprovechamiento de propiedades del kiwi como la vitamina C para las industrias de la alimentación y la cosmética. “Se están haciendo pruebas con los productos obtenidos y todo parece indicar que sirven para la industrialización, pronto veremos en el mercado las bases para helados y vinagretas. Para el resto, todavía tenemos que esperar otros dos años como mínimo”, subraya Vila.

Entretanto, Kiwi Atlántico ha proyectado una inversión significativa hasta 2022, dotada con 3,2 M€, para la prolongación del recinto para la recepción de fruta, como consecuencia del crecimiento de la producción; la instalación de un nuevo sistema de calibrado, con selectores de calidad tanto internos como externos; y la automatización del paletizado en el proceso de confección. Además, estas mejoras se sumarán a la expansión de las zonas de manipulación y embolsado, y el incremento de la cavidad frigorífica, entre otras optimizaciones,

que implicaron otros 900.000 € desembolsados durante 2019.

Por otro lado, Fruitgrowing Quality, compañía constituida en 2019 de la mano de Joaquín Rey, ha seguido incrementando la extensión de sus explotaciones agrícolas, iniciativa que ha supuesto una inversión cercana a 1 M€. Así, la firma pasará de las 104 ha actuales a trabajar otras 200 ha más en 2022. De momento, su volumen comercial se sitúa en las 2.400 t, cantidad que se aumentará en la próxima campaña, dado que acaba de cerrar un acuerdo con productores argentinos para la etapa estival.

“Estamos creando un consorcio para desarrollar un kiwi en modo club, en el que tengamos agricultores que planten, que me acompañen en la andadura. Los llamo productores asociados; una figura que da su producción para hacer la comercialización y fijar el mejor precio de venta. Hay que defender una marca y desarrollar un plan de marketing para generar la demanda”, puntualiza Rey.

Mientras, Zespri, principal comercializadora de kiwis en el ámbito doméstico, presentó en 2020 su nueva imagen de marca con el objetivo de afianzar el crecimiento experimentado en los últimos años. “Hemos constatado que el consumidor actual toma sus decisiones de compra más meditadas y busca marcas con unos valores con los que se sienta personalmente identificados”, declaran desde la multinacional de origen neozelandés. En este sentido, ha focalizado la estrategia en la sostenibilidad y se ha comprometido a fabricar su packaging con material reciclable o reutilizable antes de 2025.

También la comercializadora Jingold ha puesto el foco en el mercado español para impulsar su kiwi de pulpa amarilla. La variedad lleva presente en España desde 2005, aunque sus responsables creen que aún cuenta con potencial de crecimiento. Así, en 2020 realizó junto a la mayorista Frutas E. Sánchez una campaña promocional para dar a conocer sus propiedades entre fruterías y mayoristas.