

II SEMINARIO DEL AGUACATE

IX SEMANA VERDE DE LA COSTA DEL SOL

**CONTENIDO DE LAS CONFERENCIAS
Y MESAS REDONDAS**



JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERIA DE AGRICULTURA Y PESCA

II SEMINARIO DEL AGUACATE

IX SEMANA VERDE DE LA COSTA DEL SOL

**CONTENIDO DE LAS CONFERENCIAS
Y MESAS REDONDAS**



**JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERIA DE AGRICULTURA Y PESCA**

Almuñecar - Marzo, 1983

INDICE

	Pag.
PROLOGO	1
ACTO DE INAUGURACION	3
TEMA:	
Previsiones de producción y consumo del aguacate para 1985-1990	5
MESA REDONDA:	
Propuesta de un fondo de promoción de consumo y venta de aguacates	29
TEMA:	
Situación y perspectivas del aguacate en Canarias	51
MESA REDONDA:	
Control de maduración del aguacate. Normas de calidad. Su aplicación	63
TEMA:	
Diez años de ensayos sobre el cultivo del aguacate en la Estación Experimental "La Mayora"	95
MESA REDONDA:	
Estudio del mercado nacional. Situación actual. Normas de calidad y la problemática de su aplicación	115
TEMA:	
Introducción del cultivo del aguacate en la península	135
TEMA:	
Mercados actuales del aguacate	163
MESA REDONDA:	
Perspectivas de los mercados de Inglaterra, Alemania e Italia	179
CONCLUSIONES DEL SEMINARIO	199
ACTO DE CLAUSURA	203
LISTA DE PARTICIPANTES EN EL SEMINARIO	207

PROLOGO

En marzo de 1983 se celebró, dentro de los actos de la IX Semana Verde de la Costa del Sol, el II Seminario del Aguacate, repitiendo así la interesante iniciativa que se había tenido en abril de 1981 en Almuñécar y consolidando, de esta forma, el Seminario como elemento componente de la Semana Verde, que cada dos años tome el pulso del subsector aguacatero y ofrezca normas y orientaciones que permitan marcar la pauta de su funcionamiento futuro.

En el momento de realización del Seminario nos comprometimos a la publicación, por parte de la Consejería, de cuanto allí se dijese y cumpliendo la promesa hecha nace este volumen compendio de las conferencias y mesas redondas que constituyeron en su día el Seminario. Se ha tratado de transcribir exactamente todo lo allí dicho, habiendo sido ello posible gracias al trabajo de personal del Centro de Extensión Agraria de la Penibética que ha transcrito en mecanografía todo el material registrado en cinta magnetofónica, superando con su entrega las deficiencias de la grabación por ruidos, particularmente por lo que se refiere a los diálogos en las Mesas Redondas.

A lo largo de la lectura del volumen que aquí presentamos van surgiendo los principales problemas, tanto de producción como de comercialización, que afectan y van a afectar en el futuro próximo al subsector, y se van proponiendo soluciones por los especialistas que intervienen. Las conclusiones fundamentales que al final se presentan pueden, extractando mucho, resumirse en la necesidad de planificar y controlar la oferta a medio plazo, tanto en su cantidad como en control de calidad, nuevas variedades, etc., y de ganar cuota de mercado en Europa para nuestros aguacates, desarrollando además especialmente nuestro propio mercado interior, hoy incipiente, y cuyo desarrollo permitirá absorber parte de la oferta que inevitablemente va a generarse, con toda seguridad, a partir de la campaña 1985-86, incluso aunque se detuviese hoy de pronto la dinámica actual de nuevas plantaciones. Para el desarrollo de dicho mercado interior se propone la creación de un Fondo de Promoción, ya que el desconocimiento del producto es hoy el factor más limitante —incluso antes que el elevado precio al consumo— para el crecimiento de la cantidad demandada. Se concluye, asimismo, que, dadas las características organolépticas del fruto, la campaña de propaganda debe ser diseñada científicamente y con especificidades respecto a las que habitualmente se llevan a cabo para otro tipo de frutos que podemos denominar «dulces».

En la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía damos una importancia especial a aquellas actividades agrarias específicas, o casi específicas, de la región y que como el aguacate —cuya producción compartimos con Canarias— tienen un potencial de creación de rentas importante, especialmente procedentes de la exportación. Por ello no vamos

a regatear esfuerzos en procurar que se consigan las metas que se desprenden del Seminario si bien son los propios agricultores y comerciantes implicados quienes deben dar los primeros pasos para la planificación del subsector.

Lo que aquí publicamos es, como se ha indicado, el esfuerzo conjunto de todos los participantes en el Seminario de Almuñécar, y como en todo trabajo conjunto surgen variedad de opiniones y puntos de vista sobre el aguacate que, por contraste, van perfilando claramente los aspectos importantes de su problemática actual y futura. La heterogeneidad de este volumen que contiene desde interesantes aspectos anecdóticos sobre el origen del aguacate en España, hasta resultados de trabajos de investigación de diversa naturaleza, pasando por intervenciones y diálogos transcritos en su tono coloquial original, asegura la amenidad de la lectura para los interesados en el tema.

Yo me honro en prologar estos trabajos, animando a los participantes a continuar en años posteriores con el esfuerzo hasta aquí realizado y haciendo votos para que conclusiones presentadas se vayan transformando en realidades concretas, que la Consejería está, insisto, siempre dispuesta a apoyar.

MIGUEL MANAUTE HUMANES
Consejero de Agricultura
y Pesca

ACTO DE INAUGURACION

Toma la palabra al iniciar el acto el Director General de Investigación y Extensión Agraria, Javier Calatrava Requena como Presidente del Comité Organizador de la Semana Verde:

«Para mí es un honor especialmente grato el abrir con mi intervención este II Seminario del Aguacate de Almuñécar, en el contexto de la IX Semana Verde de la Costa del Sol, y mi satisfacción de estar hoy aquí, inaugurando este Seminario, es triple: Primeramente, como representante de la Junta de Andalucía, al comprobar el interés despertado por el Seminario, que se refleja en esta asistencia masiva, que hoy tenemos, lo que de alguna forma indica que se ha respondido a una demanda existente al organizar los ciclos de conferencias y mesas redondas. Además, como Presidente del Comité Organizador, al ver coronado el esfuerzo de ese grupo de profesionales que han hecho posible la realización material de este Seminario con una total entrega a la tarea y desplegando una actividad enorme para la resolución de los múltiples detalles que el montaje de una organización así requiere. Para ellos mi agradecimiento por habernos permitido comenzar este Seminario hoy aquí, en Almuñécar. Finalmente, el hecho de que profesionalmente he estado vinculado fuertemente al sector del aguacate en los últimos años, lo que hace mayor la satisfacción de participar hoy en esta inauguración, pues realmente el mundo del Aguacate es para mí algo familiar, sobre el que he trabajado y meditado profundamente, lo que me permite poder actuar a continuación como ponente en esta primera sesión del Seminario.

Quiero finalizar estas breves palabras, agradeciendo a todos: agricultores, comerciantes, técnicos, etc., su asistencia, y expresando el deseo ferviente de que este Seminario no quede sólo en palabras y buenos propósitos, sino que se plasme en realizaciones concretas, para lo que es preciso obtener de aquí unas conclusiones claras y operativas. Y como, con vuestra participación, la calidad y el interés de lo que aquí se diga en las conferencias, mesas redondas y coloquios está asegurada, yo me comprometo, en nombre de la Consejería de Agricultura y Pesca, a publicar todo lo que aquí se diga para que pueda así divulgarse.

Nada más. Muchas gracias».

TEMA: PREVISIONES DE PRODUCCION Y CONSUMO DEL AGUA-CATE PARA 1985-1990.

PONENTE: JAVIER CALATRAVA REQUENA, Instituto Nacional de Investigaciones Agrarias. Centro Regional de Andalucía. Jefe del Departamento de Economía y Sociología Agrarias. Actualmente Director General de Investigación y Extensión Agraria de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía.

TEMA: «PREVISIONES DE PRODUCCION Y CONSUMO DEL AGUATE PARA 1985-1990».

PONENTE: JAVIER CALATRAVA REQUENA.

En abril de 1981, coincidiendo con la VIII Edición de la Semana Verde, habíamos comenzado en el INIA un estudio sobre la producción y comercialización del aguacate dentro del Proyecto Nacional de investigación 3297, que trata de estudiar la problemática de mercado de algunas frutas, y que en Andalucía se concretó, entre otras cosas, en intentar abordar el estudio a corto (1985) y medio (1990) plazo del mercado del aguacate, tratando así de prever la situación con la que va a encontrarse la oferta de fruto que resultará de la creciente dinámica de desarrollo de nuevas plantaciones.

La finalidad última del Proyecto es, a la vista de las conclusiones sobre previsiones de mercado, aconsejar a los agricultores y comerciantes sobre la forma de planificar la oferta futura y actuar sobre la demanda. Para el estudio de previsión se han abordado con detalle cinco aspectos, a saber:

— Oferta peninsular y canaria.

— Oferta de otros países productores y posibles abastecedores del mercado europeo.

— Análisis de la demanda interior (actual y potencial).

— Análisis de la demanda exterior (actual y potencial).

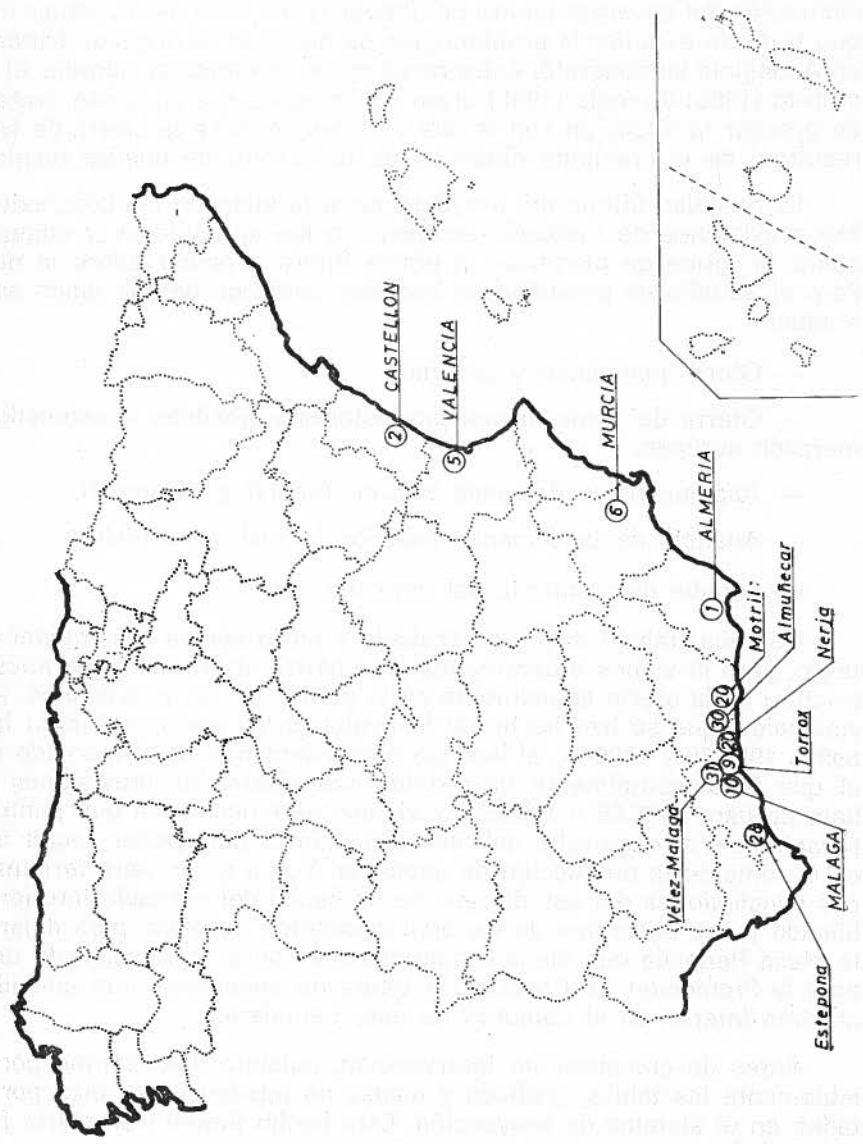
— Estudio de equilibrio del mercado.

Hoy ese trabajo está casi acabado y no lo vamos a comentar aquí íntegro, pero sí vamos a detenernos en mostrar, de forma telegráfica, la estructura de la oferta actualmente en la península, las previsiones, aún provisionales, que se han hecho de la evolución de esa oferta para las campañas 1985-86 y 1990-91, el balance oferta-demanda en el mercado europeo al que fundamentalmente va dirigida esa oferta, las previsiones de ese balance para 1985-86 y 1990-91, y al final veremos hasta qué punto es imprescindible el desarrollo del mercado interior para poder seguir adelante en el tema de la producción de aguacate. Voy a tocar, para terminar, algunas conclusiones del estudio que se ha hecho del mercado interior, ya publicado y que bastantes de los aquí asistentes conocen, para dejar paso a la Mesa Redonda que viene a continuación sobre la creación de un Fondo para la Promoción de Consumo y Venta de aguacates, que considero del máximo interés en el conjunto de este Seminario.

Antes de comenzar mi intervención, quisiera disculparme porque posiblemente las tablas, gráficos y mapas no puedan verse bien por dificultades en el sistema de proyección. Este hecho limitará en cierta forma la claridad de mi exposición.

En abril de 1981 presentábamos aquí un cuadro en el que aparecían 2.111 hectáreas estimadas, sólo en las Costas de Granada y Málaga, mediante unas encuestas que se hicieron a las explotaciones, con la colaboración de las Agencias de Extensión Agraria. (En realidad se estimó el

MAPA : I
DISTRIBUCION ESPACIAL DE ENCUESTAS A EXPLOTACIONES



CUADRO N.º 1

AGUACATE: PORCENTAJE DE VARIEDADES POR ZONAS

	<u>N.º ARBOLES DE LA MUESTRA</u>	<u>% HASS</u>	<u>% FUERTE</u>	<u>% BAGON</u>	<u>% OTROS</u>
Motril	7.162	52,50	20,86	21,97	4,67
Almuñécar	43.466	52,94	21,50	18,16	7,4
Nerja	8.260	43,36	42,84	13,42	0,38
Torrox	6.070	67,87	26,19	5,94	0
Estepona	29.929	50,97	41,18	5,48	2,37
Vélez-Málaga	23.024	65,89	26,86	4,55	2,7
Málaga alrededor.	5.620	61,92	29,45	3,64	4,99
Murcia	12.268	45,34	16,20	17	20,46
Valencia	3.393	56	1,68	18,24	24,08

MURCIA. OTROS.—20,46% del total, de los cuales:

- 76,21% Zutano
- 20,04% Reed
- 3,75% Edranol

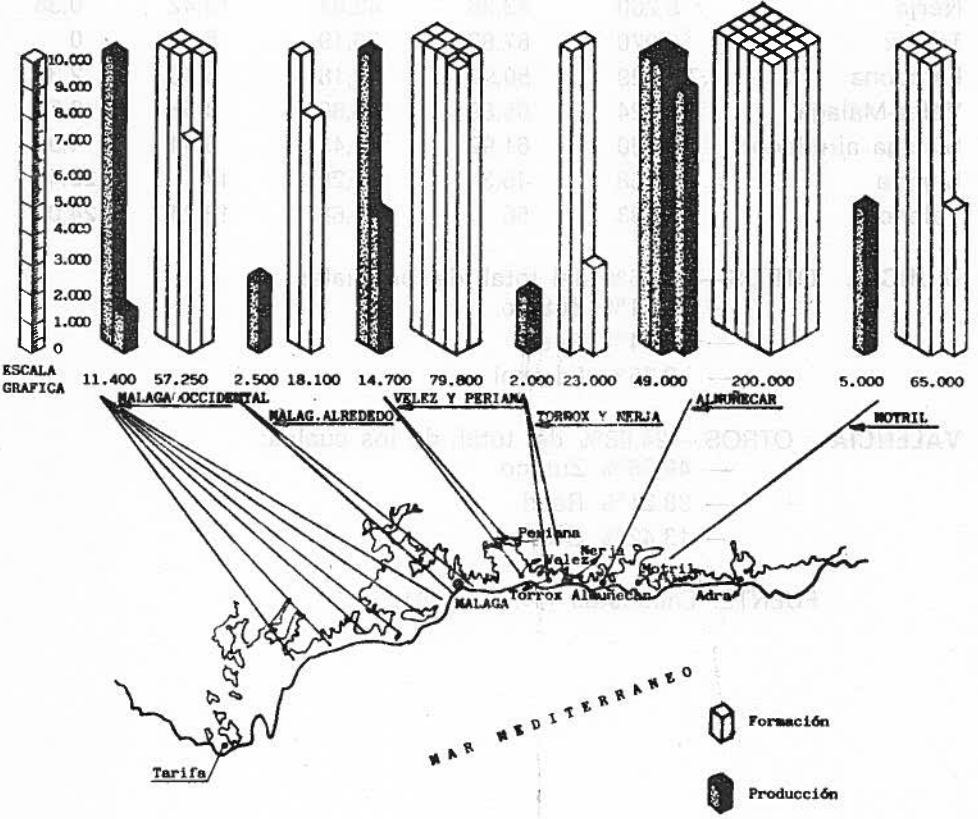
VALENCIA. OTROS.—24,08% del total, de los cuales:

- 48,36% Zutano
- 38,21% Reed
- 13,42% Otros

FUENTE: Encuestas I.N.I.A. 1981.

CUADRO N.º 1

AGUACATE: PORCENTAJE DE VARIACION POR ZONAS



FUENTE ENCUESTA I.N.I.A. S.E.A.

NUMERO DE PIES DE AGUACATES EN PRODUCCION Y FORMACION EN LA COSTA MEDITERRANEA ANDALUZA

CENSO 1961

número de árboles y luego se tradujo a hectáreas con una transformación, relativa y discutible, de 250 árboles por hectárea). No voy a comentar aquí los resultados de las encuestas, cuyo número y localización se representan en el mapa I, sino tan sólo recordar algunos aspectos numéricos de interés descriptivo.

El cuadro que entonces presentábamos puede sintetizarse de la siguiente forma, insisto, sólo para las costas de Granada y Málaga.

	<u>Arboles en formación</u>	<u>Iden. producción</u>	<u>Superficie estimada</u>	<u>Arboles totales</u>
Granada	265.000	54.000	1.276	319.000
Málaga	178.150	30.600	835	208.750
Total	443.150	84.600	2.111	527.750

En el cuadro n.º 1 se indica la distribución en porcentajes de las diferentes variedades en las distintas zonas.

El gráfico I refleja la distribución del conjunto de árboles por zonas en abril de 1981, dentro de las Costas de Granada y Málaga. En las nuevas plantaciones de Murcia y Levante salen 25-30% de OTROS, que son REED y ZUTANO, lo que demuestra que, con buena lógica, las nuevas plantaciones de Levante se tienden a cubrir con REED como variedad de verano, acompañada de ZUTANO como variedad resistente a heladas.

A partir del censo realizado en abril de 1981, se hicieron unas previsiones de oferta para las campañas de 1985-86 y 1990-91. Vamos a comentar hasta qué punto las previsiones se van cumpliendo.

Se barajaron entonces dos hipótesis, la que denominábamos A, con rendimientos bajos, y la que llamábamos B, con rendimientos moderados, que se reflejan y explican en el cuadro n.º 2.

A su vez, para la campaña 1990-91 se hicieron tres hipótesis de crecimiento de las nuevas plantaciones. La primera, que de antemano se suponía improbable, era que desde 1981 no se hiciesen más nuevas plantaciones. La segunda preveía un crecimiento entre 1981 y 1985 de 25 hectáreas al mes, con la que las previsiones de la oferta serían respectivamente 28.160 Tms. (hipótesis A) y 35.762 Tms. (Hipótesis B). Finalmente, un tercer supuesto, de que el crecimiento de nuevas plantaciones fuese de 50 hectáreas al mes, prevé ofertas para 1990 de 36.110 Tms. (A) ó 52.500 Tms. (hipótesis B).

Si estimásemos la situación actual de las plantaciones a partir del censo de 1981, y teniendo en cuenta la hipótesis de crecimiento de 50 hectáreas al mes, obtendríamos, para marzo de 1983, una superficie de 3.261 hectáreas en las provincias de Granada y Málaga. Pues bien, según datos de las plantaciones posteriores a abril de 1981, en esta fecha, del Servicio de Extensión Agraria, agregados desde nivel comarcal, la superficie real es de 3.170 hectáreas, lo que indica una tasa de crecimiento de 44 hectáreas al mes entre abril de 1981 y marzo de 1983 (próxima a 50 Has/mes,

CUADRO N.º 2

ESTIMACION DE LA OFERTA EN LAS COSTAS DE GRANADA Y MALAGA

	CAMPAÑA 85/86 Con los árboles plantados antes de Abril de 1981	CAMPAÑA 90/91		
		Sin plantaciones después de 1981	25 Has/mes de 1981/82 a 1985/86	50 Has/mes de 1981/82 a 1985/86
Hipótesis A de rendimientos bajos	12.247	21.110	28.610	36.110
Hipótesis B de rendimientos altos	15.308	26.387	35.762	52.512

NOTA: Hipótesis A

Edad plantación (años) Kgs/árbol

< 5	0
5	5
6	15
7	25
8	35
> 8	40

NOTA: Hipótesis B

Edad plantación (años) Kgs/árbol

< 5	0
5	10
6	20
7	30
8	40
> 8	50

límite superior del modelo). Si sumamos la superficie de otras provincias como Almería, Cádiz, Huelva, Murcia y Levante, podemos afirmar, con toda certeza, que, como máximo, la superficie total de la península estará en este momento próxima a las 4.000 hectáreas por defecto.

Si continúa el ritmo de crecimiento medio de las nuevas plantaciones, que se viene cumpliendo, de 44 hectáreas al mes, las previsiones de producción según el modelo para la campaña de 1990, serán de 33.950 Tms. ó 49.812 Tms. para las provincias de Granada y Málaga van a ser muy reales. Para ello basta con que el ritmo siga hasta 1985 solamente, con lo que en 1990 ya estarían en producción las superficies previstas. Creemos que, si esto es así, a partir de 1985-86 no podrá ya crecer más la superficie a ese ritmo, y se frenará en torno a las 6.000 hectáreas, debido a la caída del precio de la que luego se hablará.

Previsiones en torno a las 14.000 Tms. para la campaña 85-86, y las 45.000 Tms. para la 90-91 tendrían su base en un supuesto de rendimientos no excesivamente optimistas, por lo que son cantidades fácilmente alcanzables en la realidad, e incluso sobrepasables.

¿Qué posibilidades físicas de expansión tiene el aguacate en la península ibérica?

Resumimos un estudio mesoclimático que hemos realizado con datos de todas las estaciones termopluviométricas de España —más de dos mil— y datos de treinta años, se ha elaborado el mapa II con cuatro zonas:

- Optima: Temperaturas $< 0^{\circ} \text{C}$ una vez cada 10 años.
Y nunca $< -2^{\circ} \text{C}$ en 30 años.
- Viable: $T < -2^{\circ} \text{C}$, una vez cada 10 años.
 $T < -4^{\circ} \text{C}$, nunca.
- Posible: $T < -4^{\circ} \text{C}$, una vez cada 10 años.
- No apta: el resto de características térmicas.

Dicho mapa hay que entenderlo como orientativo y mesoclimático. La existencia de microclimas puntuales no está contemplada en él.

La zona óptima es muy pequeña y en ella se compite mucho con otros cultivos y aprovechamientos. Cuando los precios empiecen a bajar hasta aproximarse más a los costes de producción, crecientes, ahí será donde se concentren —por tener riesgo de helada casi nulo— las plantaciones. En la zona de Almería, pese a ser óptima en cuanto a temperaturas, hay problemas de agua, cal y viento, lo que limita el desarrollo del cultivo.

En las zonas no propiamente litorales, donde el aguacate tiene alguna probabilidad de producir, existe el hándicap del golpe de calor estival, además del posible riesgo de heladas.

En cuanto a su distribución geográfica de hecho, en el Mapa III se ve que el mayor desarrollo se ha dado en las costas malagueña y granadina, poco en la almeriense y algo más subiendo hacia el Norte: Agullar, Mazarrón, Cartagena, San Pedro del Pinatar, Murcia, Alicante, Alclra, Carca-

gente, Alabart de Rivera, Sagunto, Burriana, Villarreal, y también algo por la Costa Atlántica en San Martín del Tesorillo (Cádiz), Mazagón (Huelva) y algunos árboles en Sanlúcar la Mayor en su límite climático.

Como se ha indicado, la zona óptima es reducida, y además en gran parte de ella compite el aguacate con el chirimoyo, competencia que se va a decantar a favor de éste último en los próximos años por razones de mercado.

No obstante, la limitación del aguacate no va a venir por falta de hábitat potencial, sino, como se ha indicado, por razones de mercado, y en algunas zonas, ya muy saturadas de plantaciones, por limitación de recursos hídricos. Habrá un frenazo a las 6.000 ó 7.000 (como máximo) hectáreas en la península, que con las de Canarias totalizarán las 8.000 ó 9.000 hectáreas totales en España. En nuestra opinión, la superficie nacional destinada a aguacate nunca pasará de 10.000 Has.

En cuanto a producción, en la pasada campaña 81-82 se han producido 6.000 Tms., de las que 2.800 lo han sido en Canarias, y 3.200 Tms. en la península. De las 6.000 Tms., se han exportado 2.800 y consumido 3.200, y este consumo ha sido de 1.600 Tms. en Canarias (se han exportado 1.201) y 1.600 Tms. en la península, lo que da un consumo medio en la península de 45 gramos por habitante y año. (En 1979-80 era sólo de 20 gramos, según los estudios realizados a comienzos de 1981 en base a cifras proporcionadas por Díaz Robledo y en 1980-81 de aproximadamente 33 gramos). Estas cifras totales nacionales de producción son bastante reales y están estimadas en base a datos del SOIVRE y de los principales puntos de comercialización en origen, y no en base al número de Has, dado que la gran mayoría no están en producción y que no disponemos de datos de árboles plantados por estratos de edad en las Islas Canarias. Sin embargo, por lo que se refiere a la península, sí puede contrastarse la cifra ofrecida como producida, ya que con los datos que disponemos en el INIA de edad de los árboles en el litoral mediterráneo, fruto de las encuestas mencionadas, las cifras de producción para la campaña 1981/82 deberán haber oscilado entre 2.305 Tms. (Hipótesis A de rendimientos bajos) y 3.690 (Hipótesis B de rendimientos altos), con lo que la cifra de 3.200 Tms. obtenidas está dentro del intervalo de previsión del modelo en su primer año, y es, por tanto, una cifra más que probable. Las 1.600 Tms. consumidas en la Península resultan una cifra asimismo poco discutible como cifra global, puesto que si bien no están calculadas directamente del consumo, lo están a partir de las cifras de 6.000 Tms., producción total, 3.200 producción península y 1.200 exportación Canarias (a la península y al extranjero) y 2.800 exportación total al extranjero (SOIVRE) y 500: exportación Canarias al extranjero (SOIVRE) todas bastantes fiables.

La consideración de cifras de consumo próximas, e incluso superiores, a los 100 gramos para la península en 1981-82, que con frecuencia, he escuchado a personas vinculadas al sector, son fruto más de una ilusión y un deseo (por otra parte lógico) de ver desarrollado el mercado y la propia producción peninsular, y de un apasionamiento, resultado de dicho deseo, que de conocimientos empíricos sólidos o de inferencias científicamente fundamentadas (hay incluso quien habla de cifras tan aberrantes como 8 y 10.000 Tms. producidas en la península en 1981-82). O

también pueden ser fruto de confundir «consumo español» con «consumo peninsular», pues según nuestras estimaciones el consumo español en 1981-82 fue de 87 gramos/h., mientras que el peninsular (península y Baleares) fue de 45 gr/h. La influencia del consumo canario hace casi multiplicarse por dos la media nacional y el manejo engañoso de estas cifras puede desfigurar la realidad de nuestro, todavía precario, mercado interior (se entiende peninsular).

No obstante, las anteriores reflexiones, y basado exclusivamente en consideraciones empíricas sobre el conocimiento que actualmente poseo de la situación del mercado interior, creo estar en condiciones de poder afirmar que los primeros 150-200 gramos/habitante se alcanzarán en la península bastante rápidamente sin bajada necesaria de precios, y sólo por la presión de la oferta con un ligero incremento en el nivel de conocimiento del producto, y que el crecimiento en este primer estadio de «consumo incipiente» suele y debe ser muy rápido. A este ponente no le sorprendería nada que entre las campañas actualmente en curso y la próxima, casi se duplicase el consumo per cápita, aproximándose a los 80 gramos/h. (con cifras totales de consumo en la península de alrededor de 2.500 Tms.), y que en 1985 se alcanzasen efectivamente e incluso se sobrepasasen los 100 gr/h. De ello no hay, evidentemente, que deducir que la evolución posterior vaya a ser necesariamente tan dinámica, lo que sería, desde luego, muy de desear.

Tras estas consideraciones sobre la oferta y la demanda interior, vamos a abordar la situación futura del mercado europeo.

Como punto de partida de algunas reflexiones al respecto, analizaremos las previsiones realizadas en 1976 por Díaz Robledo relativas al mercado europeo.

Para 1985, hacía el siguiente balance predictivo:

OFERTA: 92.000 Tm. (65.000 de Israel, 15.000 de Sudáfrica, 6.000 de España, 3.000 de Martinica y el resto de varios).

DEMANDA: 72.000 Tm.

Este balance, fruto de la gran experiencia de su autor, pudiera parecer pesimista por cuanto existen 20.000 Tm. de exceso de oferta, pero la realidad va haciendo ver que las previsiones respecto a la oferta son ligeramente bajas. Así, por ejemplo, las 6.000 Tm. que predice como producción para España en 1985 ya se han producido en la campaña 1982-83, y según nuestras propias previsiones, para 1985 se producirán realmente

entre 12 y 15.000 Tm. y ello con unas hipótesis bastante conservadoras en cuanto a rendimiento.

Díaz Robledo realiza esta previsión en un momento en el que 1985 era un muy largo plazo y en el que las cifras que realmente se alcanza-

ron, hoy ya bastante perfiladas, eran algo absolutamente indeterminado. Dicho autor trató más bien de mostrarnos un futuro peligro de sobreoferta que de hacer una previsión rigurosa, que él sabía perfectamente imposible de hacer con los datos que se poseían en 1976.

La oferta dirigida a Europa por los países abastecedores oscilará en la campaña 1985-86 entre 100.000 y 110.000 Tm.

La demanda es probable que se acerque en la campaña 85-86 a las 95.000 Tm., y ello sin variar demasiado la estructura del mercado, pudiera incluso ser algo mayor, especialmente incrementándose sensiblemente el consumo en Alemania y considerando asimismo un importe incremento en Inglaterra, respondiendo a bajada de precios. Según estudios que actualmente llevamos a cabo, las 72.000 Tm. señaladas por Díaz Robledo se sobrepasarán, y ligeramente, según nuestros cálculos, en la campaña próxima (1983-84).

El estudio de Díaz Robledo, a pesar de manejar cifras muy globales y a gran distancia en el tiempo, es bastante preciso en lo que se refiere a previsiones de oferta de la mayoría de los países, considerados individualmente.

Supongamos que en 1985-86 se ofrecen a Europa sólo 100.000 Tms. En Francia la demanda aumenta sin bajar el precio, a razón de un 10-15% anual gracias a la propaganda que hace Israel. En cambio, en Alemania, Italia y España, no ocurre así. En Alemania concretamente, Israel gasta entre 8 y 10% sobre el volumen de ventas en publicidad, y el consumo no despega. Francia ha alcanzado un consumo de 40.000 Tms. en 1982, y en 1985-86 puede llegar perfectamente a las 60.000 Tms., si bien esto ocurrirá con una considerable baja de precios.

Por lo que respecta a 1990-91, solamente Israel tiene previsto exportar 125.000 Tms., y las producciones para los litorales de Granada y Málaga superarán muy posiblemente las 40.000 Tms., como se ha comentado. ¿Podrá Europa consumir las 200.000 Tms. que se le van a ofertar en la campaña 1990-91?

Vamos a hablar de precios para la campaña de 1985-86 (Para 1990-91 la situación del mercado será catastrófica si no despegan los consumos alemán, italiano y español).

Los precios medios del aguacate, salvo situaciones coyunturales, se vienen manteniendo en ptas. corrientes, lo que supone un fuerte descenso real.

Para darnos una idea de esta realidad se exponen a continuación los precios medios percibidos en el mes de diciembre (mes de gran demanda) por una SAT andaluza, que comercializa un gran porcentaje del aguacate peninsular.

Diciembre	1976	96.80 Ptas./Kg.
	1977	88.80 »
	1978	97.79 »
	1979	95.02 »
	1980	167.30 Fallo de la cosecha de Israel
	1981	94.07 »

En pesetas constantes, los precios van bajando, aunque en pesetas corrientes están estabilizados, de tal forma que si el precio real era 100 en 1976 (ptas. de 1976) en 1981 es 42.56 (ptas. 1976).

En Francia, mayor mercado nacional europeo en cantidad consumida de aguacate, entre 1971 y 1980 los precios corrientes de cada año, han pasado de 1 a 1.4, mientras que en el conjunto de las frutas han pasado de 1 a 2 en el mismo período.

Hay una tendencia real a la baja que es, en el fondo, lógica porque está habiendo una traslación en el mercado desde un equilibrio a precios elevados como producto de lujo a un equilibrio como producto de cierto consumo, y dicha traslación, que se produce obligada por un fuerte incremento de la cantidad ofrecida, no podrá tener lugar en condiciones normales de equilibrio si no se desarrolla paralelamente el consumo, lo que si bien hasta ahora va ocurriendo, por la limitada cantidad de fruto aún ofertada, el hecho de que la oferta vaya retardada 6 a 8 años respecto a la decisión de establecer nuevas plantaciones, permite no ya «estimar» sino «calcular» grandes excedentes de oferta a medio plazo de no evolucionar los mercados con una tendencia mucho más dinámica que la actual.

Dentro del Proyecto INIA, y en base a los puntos de equilibrio históricos de la demanda de aguacate en el mercado europeo (tomadas como coordenadas miles de Tm. y miles de dólares CIF/Marsella) se estimó la tendencia de la demanda que se incluye en el gráfico II. La relación precio cantidad viene expresada por la fórmula:

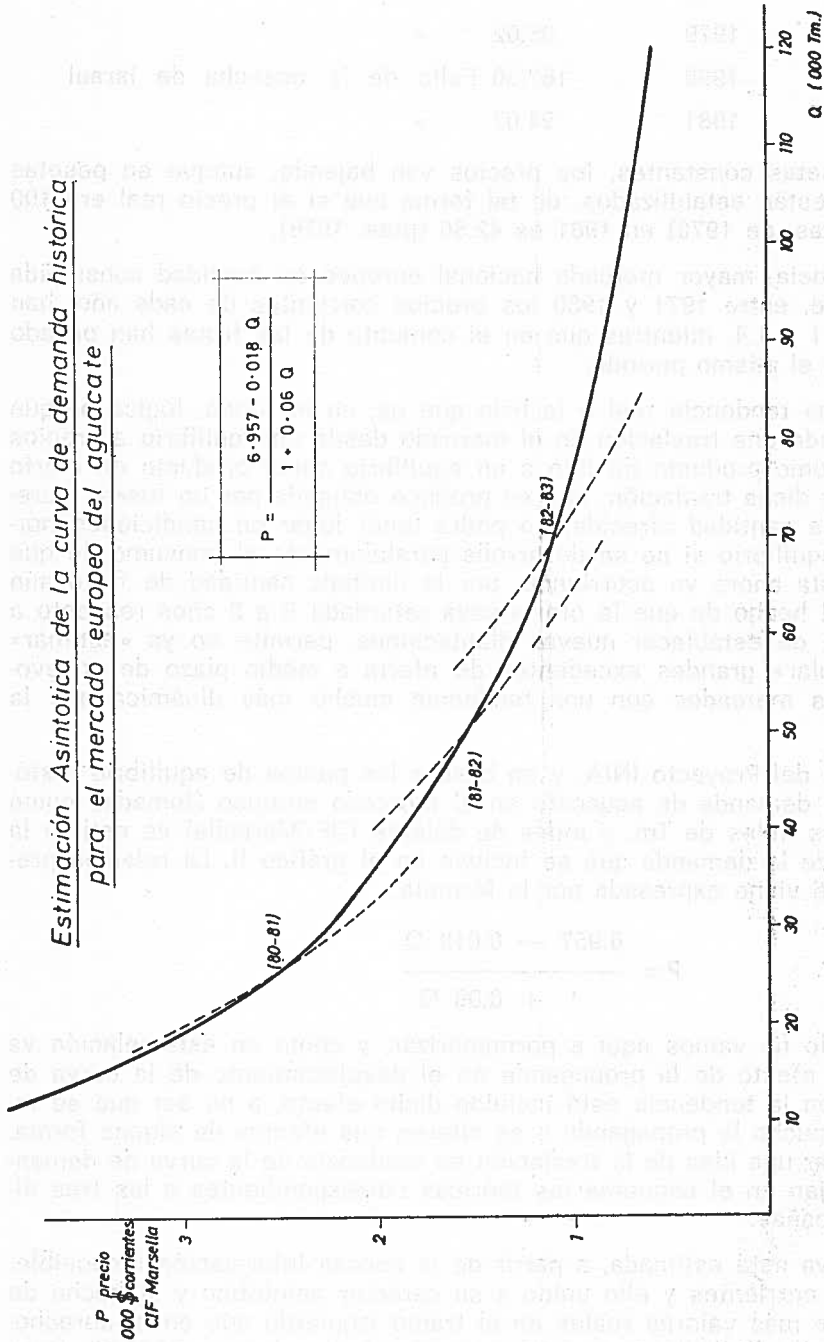
$$P = \frac{6.957 - 0.018 Q}{1 + 0.06 Q}$$

cuyo cálculo no vamos aquí a pormenorizar, y como en esta relación va incluido el efecto de la propaganda en el desplazamiento de la curva de demanda, en la tendencia está incluido dicho efecto, a no ser que se incremente mucho la propaganda o se alteren sus efectos de alguna forma.

Para dar una idea de la traslación en tendencia de la curva de demanda se dibujan en el esquema las teóricas correspondientes a las tres últimas campañas.

La curva está estimada, a partir de la escasa información disponible, en dólares corrientes y ello unido a su carácter asintótico y al hecho de disponer de más valores reales en el tramo izquierdo que en el derecho, hace que sólo la utilicemos para previsión de precios en 1985-86, pues para una cantidad mayor la previsión no puede considerarse válida ni si-

Estimación Asintótica de la curva de demanda histórica para el mercado europeo del aguacate



— Tendencia histórica de la demanda.
 - - - - Curvas de demanda para las tres últimas campañas.

GRAFICO: II

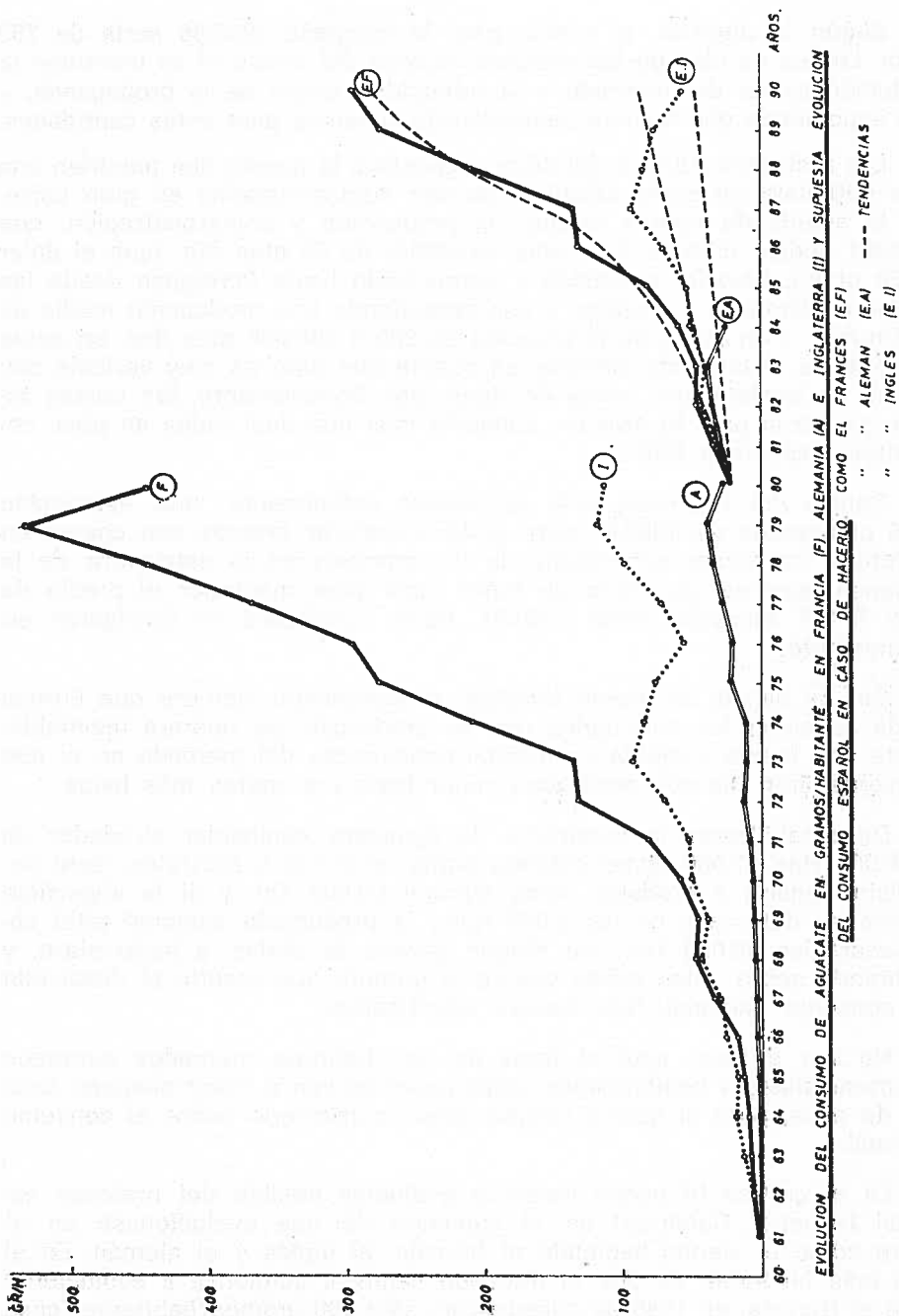


GRAFICO: III

quiera con carácter aproximado. Sólo en el intervalo 20.000-100.000 Tm. puede considerarse la curva como representativa de la tendencia histórica.

Según lo anterior, el precio para la campaña 1985-86 sería de 783 \$/Tm. Lo que da idea de las posibles bajadas del precio si se mantiene la evolución actual del mercado y la intensidad actual de la propaganda, y ello suponiendo que hubiera capacidad de consumo para estas cantidades..

Las recientes subidas del dólar respecto a la peseta que pondrían una nota optimista en estos cálculos, se ven contrarrestadas en gran parte, por la subida de costes totales de producción y comercialización, que en 1981 podían cifrarse de media alrededor de 50 ptas./Kg. (con el dólar a 120 ptas.), llevado, embalado y normalizado hasta Perpignan desde las costas de Granada a Málaga, y ello suponiendo una producción media de 10 Tm./Ha. y un coste de producción de 280 a 300.000 ptas./Ha. en estas condiciones, y teniendo siempre en cuenta que esto es muy variable con el tipo de explotación, forma de riego, etc. Posiblemente, los costes totales se verán para la próxima campaña más que duplicados en ptas. corrientes respecto a 1981.

Dentro del Proyecto INIA se calcula actualmente, una estimación en \$ constantes de 1980-81 para poder comparar precios con costes en el futuro, así como un análisis de los cambios en la estructura de la demanda europea que deberían tener lugar para mantener el precio de 1.000 \$ CIF Marsella hasta 1990-91. Estos resultados se divulgarán en su momento.

Con la bajada de precio prevista, y suponiendo siempre que Europa pueda consumir las cantidades que se produzcan, se operará inevitablemente una fuerte y rápida «selección económica» del mercado en el que se mantendrán los que produzcan mejor fruta y a costes más bajos.

De estabilizarse la superficie de aguacate peninsular alrededor de las 6.000 Has., 7.000 como máximo como es nuestra previsión, esta superficie llegaría a producir como mínimo 60.000 Tm. y si la superficie canaria se detuviese en las 2.000 Has., la producción nacional total sobrepasaría las 80.000 Tm., sin ningún género de dudas, a largo plazo, y meditando sobre estas cifras vemos lo urgente que resulta el desarrollo del consumo nacional, hoy apenas significativo.

No voy a tocar aquí el tema de los distintos mercados europeos su potencialidad y posibilidades, pues expertos van a tratar después cada uno de ellos, pero sí quiero realizar algún comentario sobre el consumo nacional.

En el gráfico III puede verse la evolución posible del mercado nacional (excepto Canarias) en el supuesto de que evolucionase en el futuro como lo vienen haciendo el francés, el inglés y el alemán. En el caso más favorable de que el mercado nacional comience a evolucionar como el francés, en 1985 se consumirían sólo 100 gramos/habitante (cosa muy posible como se ha comentado) o será más o menos 3.500 Tm., y en 1990 300 gramos/habitante, unas 12.000 Tm., cantidades que comparadas con las cifras posibles de producción nacional anteriormente ma-

nejadas, apenas ofrecerían una tasa de cobertura del 20 % del consumo sobre la producción.

Es imprescindible acelerar el proceso de desarrollo del mercado interior para el aguacate, no sólo porque habrá que vender más de lo que nos van a demandar en el exterior, sino porque un país exportador de algo necesita consumir «dentro», para tener un «colchón» que permita actuar con alguna estrategia sobre las oscilaciones de la demanda exterior. Además hay que actuar inmediatamente, pues cada año que pasa sin desarrollarse, se van agravando las previsiones de futuro.

Leo resumidamente, y por abreviar, las conclusiones de nuestro trabajo sobre el consumo nacional de aguacate, llevado a cabo a principios de 1981. Son las siguientes:

a) El consumo de aguacate es una variable clave en la consideración de un futuro viable para España como país productor de dicho fruto.

b) Hasta el momento, el consumo (con la excepción y exclusión de Canarias) es muy pequeño (20 gr./h.) comparado con la media europea que está próxima a los 100 grs. (sin ser ésta una cantidad excesiva, sino asimismo muy baja) y está irregularmente distribuido, dándose los máximos consumos en las zonas turísticas y los dos grandes mercados nacionales.

c) De los factores principales que configuran el consumo genérico de aguacate (precios, renta, conocimiento del producto y hábitos alimenticios) en el caso de España condiciona, en primer lugar, la falta de conocimiento del producto y, en segundo lugar, el precio. La renta influye de forma correlacionada lógicamente con el precio, y respecto a los hábitos alimenticios pensamos que si bien estos hábitos no van a ser tan favorables como en el caso de Francia, tampoco van a suponer una fuerte limitación a la expansión del consumo. España es un país con fuerte tradición en sus costumbres alimenticias pero asimismo con un cierto grado de asimilación de innovaciones gastronómicas.

d) Por lo que se refiere al nivel de conocimiento del producto que es, como se ha indicado, en la coyuntura actual la mayor limitación al incremento de la demanda interior, es fundamental la *elaboración de una estrategia de propaganda cuyas características deberían ser, en nuestra opinión, las siguientes:*

— Debe ser genérica y no marquista, por lo que, de alguna forma, debe ser financiada por todos aquellos que tengan intereses económicos en el sector, lo que supondría evidentemente, el llegar a alguna agrupación a nivel nacional.

— Debe estar basada en un fundamento científico más que en la pura «intuición» comercial de empresas publicitarias, dadas las especiales características del aguacate respecto a otros «frutos dulces».

— Debe hacerse por fases, gradualmente según se consiguen incrementos de consumo. Así por ejemplo, la televisión no debe utilizarse, en ningún caso, antes de haber alcanzado los 150-200 grs./habitante.

— Conviene que se inicie antes de que comience la bajada de precios por exceso de oferta, para seguir prolongando, en lo posible, la situación de mercado exótico y de lujo para el aguacate, manteniendo por un tiempo el nivel actual de precios.

— Debe mostrarse la gama de posibilidades alimenticias y culinarias del aguacate, pero «instruir» fundamentalmente al consumidor en aquellas recetas que se ubican dentro de la que llamamos «aguacate soporte» o sea como base de otros productos (mariscos, salsas, etc.) que aportan un sabor más fuerte que el del aguacate.

— De sus propiedades alimenticias debe hacerse hincapié en el valor nutritivo, riqueza vitamínica y ausencia de colesterol, mostrando que su riqueza en calorías no es excesiva comparativamente a otros alimentos del mismo volumen.

— Debe de mencionarse insistentemente la facilidad, comodidad y rapidez de preparación de diversos platos con aguacate.

— Debe hacerse mención especial del valor nutritivo de su consumo para los niños.

— Deben mencionarse otros usos del aguacate distintos de los alimenticios: cosmético, medicinal e incluso como planta ornamental.

— Conviene hacer mención especial de su «exotismo», su «tropicalidad» y su categoría de alimento diferente y nuevo.

— Por lo que se refiere al consumo institucional, una campaña de propaganda debiera tener en cuenta la divulgación del consumo de aguacate, en hoteles, restaurantes, comedores de grandes empresas, líneas aéreas, a base de demostraciones y degustaciones gratuitas.

Es importante subrayar, una vez más, que *dicha estrategia debe ser científicamente diseñada y por lo tanto requiere de una fase experimental*. Por otra parte, hay que considerar que en dicha estrategia no serán suficientes los medios de comunicación habituales sino que, dadas las especiales características del producto y sus variadas posibilidades en cuanto a formas de consumo, deberá tenerse en cuenta como elemento a participar, al menos en una fase inicial, el eslabón detallista cuyo contacto inmediato con el consumidor lo hace idóneo para este tipo de difusión.

e) De las encuestas realizadas a personas vinculadas con el sector del aguacate a sus distintos niveles, que han sido entrevistadas como una muestra de posibles consumidores estadísticamente «selectos», se han obtenido algunas conclusiones preliminares que se detallan en el texto y de las que las más notables son:

— El rechazo o la aceptación del aguacate suelen ser en gran medida función de la forma como el producto se prueba las primeras veces, tacto inmediato con el consumidor lo hace idóneo para este tipo de punto de madurez, etc.) como a la forma de preparación.

— Es considerable (prácticamente 1 de cada 3) el número de los encuestados que han probado el aguacate una vez sin gustarles y no lo han vuelto a consumir.

— Es notable el desconocimiento por parte del consumidor de las posibles formas de consumo.

— La mayoría de los consumidores consideran el aguacate un producto caro y lo consumirían frecuentemente si su precio oscilase entre 80 y 120 ptas./Kg.

— El consumidor efectivo de aguacate valora mucho las «entradas» a base de dicho producto, y solamente la ensalada clásica de lechuga y tomate es preferida a las ensaladas de aguacate y el aguacate relleno, entre los diversos platos que usualmente toman como «entradas».

f) De las encuestas realizadas a detallistas se han obtenido asimismo algunas conclusiones preliminares de entre las que resumimos las siguientes:

— Los detallistas son, en general, optimistas respecto al incremento futuro de la demanda de aguacate.

— El consumo de extranjeros es un sumando considerable en nuestro consumo interno, cuya importancia porcentual va, no obstante, disminuyendo.

— El cliente que consume aguacate suele ser un cliente fijo del establecimiento, en un gran porcentaje de los casos.

— La demanda se efectúa mayormente por piezas y en número de 2 ó 3.

— Por lo que se refiere a gustos y preferencias según características o propiedades, el nivel de indecisión y desconocimiento es muy grande tanto entre detallistas como entre clientes.

— El aguacate es un producto considerado con un buen margen comercial, buen grado de conservación y de no fácil venta.

— El producto llega al detallista algo más verde de lo que lo quisiera.

En las últimas jornadas celebradas en Canarias, a las que asistí como ponente, invitado por el Cabildo Insular de Tenerife, se suscitó cierta polémica cuando en mi intervención sobre el mercado interior los agricultores solicitaban que el Gobierno organizase la campaña de promoción del aguacate, a lo que expresé tajantemente mi opinión en contra, por entender que el aguacate no es un cultivo en crisis, deja aún bastante dinero, y aunque pudiese entrar en crisis a partir de 1988-89, ahora no se considera como un cultivo que haya que socorrer especialmente con dinero público, y deben ser los propios agricultores y comerciantes quienes se organicen para la campaña de propaganda. La Administración podría ayudar después.

Para finalizar, tras esta visión no diría que pesimista sino científicamente realista del futuro, quiero también dar algunas esperanzas sobre el panorama del mercado del aguacate. De entrada, hay que señalar que el aguacate peninsular tiene la ventaja de estar más cerca de los mercados y, por tanto, con menores costes de transporte. Si se trabaja con una calidad, con una marca, única a ser posible, se puede

obtener una importante cuota de mercado. He visto en septiembre pasado en Londres y París que algunas marcas concretas de aguacate español están siendo conocidas y aceptadas muy positivamente.

En una conversación que mantuve en Israel, en 1981, con mi amigo el Sr. Shachar sobre el tema, éste señaló que la competencia entre su país y España en el mercado europeo no iba a ser sino por calidad y por bajo nivel de costes. Mejorando las técnicas culturales y con la ventaja del transporte mencionada, la competencia en costes está asegurada: asegurando la calidad de las exportaciones, y en ello el SOIVRE está realizando una gran labor, hay motivos de considerar la situación favorable a España.

Otra nota optimista puede ser el que cuando el precio medio estival baje a 1.000-1.100 dólares CIF Marsella, si se ponen variedades de verano (REED principalmente) en la costa mediterránea, Sudáfrica se retraería del mercado europeo dados sus elevados costes de transporte, dejando libre una cuota de mercado importante.

En cuanto a la posible introducción de aguacate de EE.UU. en el mercado europeo, que ya vino a Europa con la baja producción israelita en la campaña 1980-81, de gran calidad, fue una oferta coyuntural, pues por los fletes no va a poder competir en Europa con nuestros frutos en esta década, en la que los precios van inevitablemente a la baja en términos reales.

Además hay una leve, pero clara, tendencia de incremento en el mercado alemán, hasta ahora reactivo al consumo, y es conocida y ya comprobada la capacidad de consumo del mercado inglés a precios bajos.

Otras notas optimistas son señalar que el mercado peninsular ha aumentado su consumo de 20 a 45 gramos por habitante y año en el plazo de sólo dos años. En el área de Granada capital y vega, por ejemplo, se llega, según cálculos aproximados, basados en datos de Mercogranada y minoristas, en 1982 a casi 80 gramos y sin haberse hecho propaganda. Además, en mercados como Barcelona hemos comprobado la existencia de un mercado dualista: mientras se vende aguacate a 250 pesetas kilo, en ciertos barrios, en otros se puede vender otra calidad algo inferior, o similar con distinta presentación, a 90 pesetas, pues hay un público que a este precio sí lo consume. Otra observación realizada es la de que, cuando en diciembre de la pasada campaña el precio al consumidor bajó a 100-120 pesetas kilo, se llegó a consumir algo en zonas poco habitadas al consumo, como Córdoba, donde observamos este fenómeno en diciembre de 1981. Por ello se ve que la bajada de precios puede favorecer el desarrollo del mercado nacional.

Es como ya he comentado una incógnita si el consumidor español va a comportarse tan positivamente como el francés, o tan negativamente como el italiano, pero sí se ha visto que responde sensiblemente a la bajada de los precios. De las múltiples variables que influyen en la demanda (gustos alimenticios, nivel de renta, etc.), el *desconocimiento* es lo que está limitando la demanda interior, en primer lugar, luego, en segundo lugar, figura el precio, y en cuanto a gustos, el mercado nacional es una incógnita, que sólo podrá despejarse intentando su desarrollo

de forma debidamente programada, como aquí se ha insistido. Un análisis empírico del tema es de la máxima urgencia.

Para finalizar, y por lo que se refiere a los dos horizontes temporales estudiados para el mercado europeo, quiero decir que la campaña 1985-86 va a ser enormemente trascendente, y no por el peligro de crisis en el mercado, que según nuestro diagnóstico no puede producirse aún en dicha campaña, sino porque en ella van a «conformarse» las variables claves del mercado, y la posibilidad real de alcanzar un equilibrio futuro como mercado de consumo habitual o frecuente ha de clarificarse ya hacia 1985-86.

Según nuestros datos y previsiones, el mercado europeo va a absorber en 1985-86 perfectamente, y aún con un cierto nivel de precios aceptable, la oferta prevista, sin ninguna duda. Pero de la forma como dicha oferta sea demandada y de los cambios en la estructura del mercado que comiencen a tener lugar en ese momento, dependerá que en 1990-91 la oferta se absorba igualmente y el mercado alcance un punto de equilibrio futuro regular y estable en condiciones óptimas, o por el contrario se den síntomas de saturación por sobreoferta y el mercado entre en una crisis estructural, de nefastas consecuencias. Hacia 1985-86 se despejará pues la incógnita del posible y deseable cambio estructural de la demanda en el mercado europeo.

En cualquier caso, el que afirmemos aquí que —siempre según el diagnóstico de nuestras cifras— no va a haber problemas grandes en 1985-86, no quiere ello decir que tengamos un respiro temporal para olvidarnos del tema y no afrontar la realidad que supone la indeterminación futura de la estructura de la demanda europea. Hemos de actuar inmediatamente (la oferta de 1988 está ya plantada) sobre aquellas variables fundamentales en el futuro del aguacate español, de las que el mercado interior es una de las más importantes para nosotros. Y dejo con la tarea de realizar el análisis pormenorizado de dicha variable a los componentes de la siguiente Mesa Redonda, y de las posteriores intervenciones, que van a enriquecer, sin duda, nuestro conocimiento sobre el tema y a sensibilizarnos sobre la imperiosa necesidad de actuar, aunando esfuerzos, para conseguir tanto el desarrollo del consumo de aguacate en un mercado tan demográficamente potencial como el nuestro propio, como el asimismo necesario incremento de nuestra cuota de mercado en Europa.

Nada más. Muchas gracias.

MESA REDONDA: PROPUESTA DE UN FONDO DE PROMOCION DE CONSUMO Y VENTA DE AGUACATES.

MODERADOR: CARMEN GARCIA GUZMAN, Delegación Agricultura de Granada, Comité Ejecutivo Semana Verde, Junta de Andalucía.

PONENTES: FEDERICO GIARDIN Y GALAN, Jefe de la Agencia de Extensión Agraria en Almuñécar. **FRANCISCO ALVAREZ GARCIA**, Presidente del Grupo de Subtropicales de Motril. **JOAQUIN VALVERDE HURTADO**, Presidente Asociación Cultivadores Aguacates. **JORGE GOMEZ**, Secretario de la Cooperativa Mercofrut, La Herradura - Almuñécar.

TEMA: «PROPUESTA DE UN FONDO DE PROMOCION DE CONSUMO Y VENTA DE AGUACATE».

MODERADOR: CARMEN GARCIA GUZMAN

Los componentes de esta Mesa, nos hemos reunido en varias ocasiones para estudiar la ordenación futura del sector y poder presentar una propuesta realista.

Para ello, se estudió la ordenación de otros sectores en España, como el del plátano y cítricos, y se solicitó información de la «Comisión del Aguacate de California».

Hemos pretendido ser realistas en cuanto a las características de nuestro sector y vemos que difícilmente se dan parámetros de etapas y condiciones socio-económicas parecidas a las de los otros sectores estudiados; por esto, en principio, no abordaremos el tema específico de la propuesta de un Fondo de Promoción de Consumo de aguacate. Consideramos conveniente empezar por una ordenación del sector. Somos conscientes de la dificultad que esto tiene, por tener en nosotros la idea de unión todavía incipiente, pero somos optimistas en el futuro porque todavía tenemos todo el camino que andar por delante.

Los componentes de esta Mesa pensamos elaborar una propuesta conjunta, pero a lo largo de las distintas reuniones que hemos tenido, vimos que era conveniente que cada uno exponga su idea con las divergencias que ha habido, para de esta manera hacer más fácil la participación de todos los asistentes.

JOAQUIN VALVERDE HURTADO:

Hablo aquí como labrador independiente con doce años de experiencia en el cultivo del aguacate.

Señores participantes del 2.º Seminario del aguacate: como el objetivo de esta Mesa es, o así lo interpreté cuando me invitaron para ser ponente de la misma, exponer ideas sobre la propuesta de un Fondo de promoción de consumo y venta de aguacate, y a continuación en un coloquio recibirlas de ustedes y con las de todos tratar de obtener unas conclusiones, por ello me permito a continuación, a título personal, exponer mis ideas que no pretenden describir nada nuevo, pues, con distintos enfoques, opino que están en la mente de muchos aguacateros desde hace tiempo.

De todos es conocido, cultivadores, comercializadores y exportadores, que las previsiones confirman producciones crecientes y, como consecuencia de ello, mayores dificultades y menores precios para nuestros aguacates, tanto en el mercado interior como en el mercado exterior. En el mercado exterior, por la competencia de otros países productores, que lógicamente luchan por todos los medios a su alcance para consolidar y aumentar su mercado; y en el mercado interior, por su bajo consumo, ya que la inmensa mayoría del mismo desconoce nuestro producto y muchas veces o casi todas se les sirve mal. Analicemos someramente los dos mercados:

Respecto al mercado exterior considero:

1.º—Que hemos conseguido introducirnos en él con buena aceptación, que no es poco.

2.º—El volumen de ventas progresa y no es despreciable, sobre todo comparado con el del mercado interior.

3.º—Contamos con unas normas de calidad en vigor desde el año 81 y con unos centros de inspección sobre ellos que controlan y hacen cumplir esas normas y debe decirse que muy bien, pues no sólo cumplen su cometido estricto sino que asesoran, aconsejan y es receptivo a las justas observaciones que formulan los cultivadores. El resultado pues, sin ser óptimo lo considero bueno, pese a las extraordinarias dificultades que todo mercado exterior conlleva.

Con respecto al mercado interior considero:

1.º—Que no hemos conseguido introducirnos en él, que el volumen de venta es ínfimo. Aunque contamos con unas normas de calidad, no están en vigor, y como consecuencia tampoco contamos con una inspección para controlar dichas normas y hacerlas cumplir.

Por lo expuesto, la conclusión de este somero análisis es la que sin descuidar el mercado exterior hay que potenciar fuertemente el mercado interior. ¿Y cómo potenciarlo?; en mi opinión hay que dar producto para atraer al consumidor y hay que dar calidad para no decepcionar a ese consumidor ya atraído. ¿Cómo dar a conocer el producto?: con una buena propaganda, y para eso hay empresas especializadas:

- a) Que divulguen y expliquen qué es el aguacate, porque no se sabe.
- b) El momento de madurez y cómo detectarlo para su consumo.
- c) Su composición y propiedades alimenticias.
- d) Forma de prepararlo, de aderezarlo y de comerlo.
- e) Sus precios medios comparados con otros productos de igual alimento.
- f) Con mesas de degustación explicativas en supermercados a todos los niveles que cubran estratégicamente la geografía española.

Para dar calidad es necesario poner en vigor las normas ya existentes, hasta la fecha inoperantes, haciéndolas cumplir mediante un servicio de inspección al igual que como antes he dicho hay con respecto al mercado exterior.

Me figuro que ustedes pensarán, que hasta aquí el enfoque del problema que nos ocupa es más o menos aceptable; pero, ¿cómo se materializa ese dar a conocer el producto y ese dar calidad? Honestamente no sé la solución óptima, pero sé que aisladamente nada podemos hacer, nada podemos conseguir, por eso me atrevo a sugerir que quizás una solución sería que todo el colectivo aguacatero se uniera en un Ente cuya ejecutiva tuviera tres misiones principales:

1.º—Dirigir y controlar la propaganda y designar la forma, el cómo y la cuantía de la recaudación de fondos para financiarla.

2.ª—Solicitar de la Administración correspondiente la puesta en vigor de las respectivas normas de calidad y del servicio de inspección correspondientes para que esas normas se observen.

3.ª—De forma continuada ser interlocutores válidos con la Administración en sus dos vertientes, producción y comercialización.

Esto es todo lo que yo tengo que decir, espero que cuando terminen mis compañeros se establezca un coloquio y ustedes aporten unas conclusiones, porque como antes nos ha mostrado muy bien el señor Calatrava, el porvenir no es tan pesimista, y es el momento en el que tenemos que tomar por todos los medios a nuestra disposición las medidas necesarias para que siguiendo la marcha progresiva del mercado exterior, se potencie mucho, el mercado interior y absorba todas esas producciones que ya nos hablan de tantas toneladas.

FEDERICO GIARDIN Y GALAN

Ahondando en lo que se ha dicho anteriormente, bien por el señor Calatrava, bien por el señor Valverde, vamos a seguir dando sugerencias para buscar una solución a la comercialización del aguacate y de forma especial en el mercado interior.

Hasta ahora el consumo del aguacate en España es muy pequeño, si exceptuamos las islas Canarias que por sus condiciones de turismo llega a tener un consumo por cabeza y año de más de un kilo, en cambio la península, el consumo está entre los 20 y 25 gramos de aguacates por habitante y año; mientras que en Europa esa media está por encima de los 100 gramos y destacando Francia que consume ya entre los 750 y 800 gramos por habitante y año. Este bajo consumo del aguacate en la península se debe principalmente al desconocimiento que tiene el ama de casa del fruto; digo del fruto porque en realidad el aguacate, como se ha dicho antes e insistimos, no es una fruta corriente, no es el fruto dulce grato al paladar desde un principio, sino que es una manteca vegetal, al principio insípida para el que no tiene adecuado el paladar a esa grasa. Por tanto hay que buscar la forma de que el ama de casa conozca el producto y que el consumidor se acostumbre a él como nos hemos acostumbrado a la cerveza o a otros productos que al principio no nos agradan y después una vez que se ha probado cada vez gustan más.

Para promocionar su consumo y venta creemos que es necesario la creación de una organización regional, que regule la comercialización del aguacate; y digo regional en principio, porque podían formarla las tres provincias de la Costa del Sol que están participando en esta Semana Verde, pero se podía hacer interregional y que abarcara también las Islas Canarias y otras provincias que si ahora mismo no tienen aguacate lo van a tener en un futuro próximo. Dicha organización tendría el carácter de Corporación de Derecho Público y estaría formado por comerciantes de aguacate; dentro de estos comerciantes estarían las cooperativas, las Sociedades Agrarias de Transformación, las corridas, los exportadores y almacenistas, también los agricultores que individualmente comercializan su fruto. Este Ente tendría como objetivo en el mercado interior la divulgación del aguacate y la forma de consumirlo, así como buscar los canales de comercialización necesarios para el mercado interior. En lo que se refiere al mercado exterior tendría la ordenación de la oferta me-

diante el establecimiento de cupos de exportación y la creación de nuevos canales de comercialización en función de los nuevos abastecimientos.

JORGE GOMEZ

Nosotros somos una Cooperativa de unos cincuenta socios aproximadamente con una media de unos 40.000 árboles. Se ha dicho poco del tema de la oferta y creo que para nosotros el tema de la unificación del sector es la base prácticamente de toda la teoría que se está debatiendo esta mañana aquí. Difícilmente vamos a llegar a una solución si no tenemos en el sector productor el mayor porcentaje de oferta controlada. Esto no podría hacerse sin la previa formación de este Fondo. Como bien ha dicho mi compañero Valverde, lo vamos a debatir entre todos, porque difícilmente nosotros solos vamos a dar soluciones, todos debemos aportar el grano de arena que nos hace falta. No tengo mucho más que decir, en nuestra Cooperativa estamos muy unidos con las demás Cooperativas de los sectores productivos de aguacate en la zona de Jete, Otívar y Motril, y en el futuro estas reuniones periódicas que tenemos irán enfocadas a la unificación de criterios para que la oferta esté mucho más controlada y podamos ir a un mercado con algunas normas más, de las que actualmente tenemos. Creo que en los debates tenemos que tocar estos temas en mayor profundidad.

FRANCISCO ALVAREZ GARCIA

Con veintiocho personas y con 55.000 árboles se controla el 62 % de la producción futura, a tres años vista, en lo que a Motril se refiere. En realidad todos los que estamos en esta Mesa y los que están abajo tenemos el mismo interés en ver si hay posibilidad de hacer algo que suponga la puesta en marcha del sector completo: productores, comerciantes, exportadores y la Administración con nosotros; mis compañeros han expuesto ya la idea y como esto no es una conferencia sino una mesa redonda voy a ser breve; antes de terminar quiero decir que estoy muy contento de estar aquí, porque se me da la oportunidad de defender el sector que represento, el de la agrupación de los productores. Entiendo que si el sector productor no sigue disperso como está, será posible hacer lo que ya se ha enunciado; es decir, racionalizar la oferta con cantidades, variedades y fechas, haciendo lo más extensa posible su permanencia en el mercado; o sea, la ordenación de la oferta. Esto tiene que hacerse desde el sector productor, según lo entiendo yo, sin que suponga el que estemos en contra (es una palabra que ya duele decirla) del comerciante, o exportador. Si queremos agruparnos y lo estamos haciendo, es porque creemos le vamos a facilitar mucho la labor al resto del sector. Es necesario conocer unos datos estadísticos reales por campaña, de cómo son nuestras variedades, qué cantidades tenemos por cada campaña, datos estadísticos con fiabilidad y entonces a partir de ahí es como podíamos hacer que se defendiera mejor este producto. Ultimamente hemos visto cómo han nacido en cada una de las provincias de Málaga y Granada, dentro del sector aguacatero, entes o colectivos que han agrupado a productores, ya por el sistema de S.A., o por el sistema de cooperativas o de S.A.T. Esto en el futuro ha de ser inmediato, puesto que el problema lo tenemos detrás de la puerta. Si pudiera agruparse en tres o cuatro entes, o diez, el número es lo de menos, el caso es que esté unido y representado; si también ocu-

riera esto en la provincia de Almería y Málaga, por hablar de las tres provincias que en Andalucía se pueda dar este producto, entonces sería fácil el crear ese Ente que podría representar al sector completo del aguacate, en una entidad de 2.º grado.

Ya sabemos que tres o cuatro cooperativas en Granada están formando una de 2.º grado; así en Málaga. Sabemos todos, qué importancia tiene el que ordenemos la oferta, de cara a la defensa del productor para poder vender en alza, no en baja como lo estamos haciendo ahora. Unir el sector significaría no solamente defender el precio, que sería muy interesante, por no decir imprescindible, sino defender la calidad; porque la calidad no creo que se pueda defender desde un solo sitio, tiene que empezar en el mismo productor, en el mismo centro de recogida de frutos de su misma cooperativa, y a partir de ahí cumplir esa normativa de la que se está hablando. Yo lo que sí les pido a ustedes, que desde luego tienen tanto interés como nosotros, es que participemos en un coloquio del que yo creo que la Administración tomará nota, y puedo suponer una puesta en marcha del sector.

MODERADOR

Se ha tocado el tema de la obligatoriedad del cumplimiento de las normas de calidad. Está con nosotros José María Roncero, que ha trabajado en la formación de las normas de calidad publicadas en el B.O.E. en noviembre del 81. Dicen que se aconseja el cumplimiento de las normas para el mercado interior, ¿qué pasos existen para que sean obligatorias, y cómo se hace?, ¿por solicitud de los agricultores o al cabo de un tiempo?

JOSE MARIA RONCERO

Se ha dicho aquí que la norma de comercio interior del aguacate no está en vigor y no es cierto. Está en vigor la orden de 5 de noviembre de 1981 por la que se aprueba la norma de calidad para los aguacates destinados al mercado interior, está publicada en el B.O.E. del 13 de noviembre de 1981. Dicha norma dice en el artículo 2.º: «La presente orden, entrará en vigor a los seis meses de su publicación en el B.O.E.». Mientras tanto la norma de calidad tendrá carácter de recomendada, luego entonces tendrá otros seis meses más a la fecha 13 de noviembre de 1981. Se puede decir que la Administración actualmente en el comercio interior está trabajando en muchos productos, no sólo en el aguacate. En los últimos años se han aprobado normas o se han estudiado normas de siete productos más aparte de la manzana, pera, melocotón, naranja, patata, alcachofa, cebolla y otros productos que no recuerdo en este momento.

La Administración se ve desbordada en las exigencias del control de la normativa, pero no obstante la normativa sigue en vigor. Entonces ustedes mismos tienen que presionar y que su producción tenga un carisma de calidad; ustedes mismos, pues, pueden orientar según la norma la producción a conseguir, esa calidad que a todos nos interesa, la Administración está trabajando en ello y está desarrollando y perfeccionando el sistema.

JESUS BUSTOS

Coincide que bajando los precios hay más probabilidades de consumo y muchas veces el agricultor se ve obligado a bajarlos con el perjuicio

que eso supone, ¿qué respuesta tendría la Administración para este asunto?

EUFEMIO OLMEDO

Le estamos echando la responsabilidad a la Administración de muchas cosas, cuando ya es el agricultor el que tiene que tomarla. No habla concretamente del tema de los precios que es largo, del que yo creo no se puede hacer nada, en el sentido que usted dice. Voy a decir una cosa que está en el ánimo de todos aquí; los agricultores se tienen que organizar, se ha hablado un poco por parte de Francisco Alvarez de una cosa que verdaderamente es importante, y es la Organización de los Productores Agrarios. Yo pertenezco a la Comisión de la Oferta Agraria del Ministerio de Agricultura de Madrid, y tengo que decirles que en España existen las Agrupaciones de Productos Agrarios. En el sector del aguacate no hay ninguna constituida. Creo que algunas de las cooperativas que aquí se están formando, podrían llegar a serlo y acceder a los beneficios que existen para comercializar en común sus productos. Además podrán unirse para formar entidades de comercialización de 2.º y 3.º grados. Está previsto por parte de la Administración los beneficios que tendrían y el papel que les corresponde. Son los interlocutores válidos con la Administración y en el futuro lo serán frente a la Administración Comunitaria.

VICTOR GALAN

Respecto a la norma del mercado del aguacate para el mercado interior, quería saber si hay alguna forma en la cual se controla la aplicación de calidad, porque en el mercado exterior es muy sencillo. En el mercado interior no sé si se está aplicando e incluso no sé si se está haciendo más que con otras hortalizas y frutales que tenga esa aplicación al mercado interior.

FRANCISCO ALVAREZ

La normativa existe, pero lo que sí podemos asegurarle es que no se está aplicando, porque no hay más que ir a cualquier mercado para ver aguacates fuera de época, yo he podido contrastar ventas de aguacate en mercados legalmente constituidos de HASS en el mes de septiembre, cuando es un producto que no está aceptablemente para el consumo, al menos esto será otro punto a discutir hasta el mes de diciembre, mejor enero y mucho mejor febrero, entonces también es verdad que está llegando el producto y eso es algo que, permitirme, lo vamos a contrastar. Yo quisiera que nos centráramos en el problema calidad, porque el problema calidad es el caballo de batalla; nosotros estamos comprobando que el aguacate se está vendiendo anárquicamente, mezclando variedades que todavía no están aptas para el consumo, se ponen a la venta y se venden, lo que significa un deterioro horrible para el producto y desde luego una estafa para la cesta de la compra, porque aquel producto que compran en verde nunca se va a madurar, puede ablandarse, pero aquello no es comestible. Entonces si la pregunta de nuestro amigo de Canarias es si existe la normativa, ya sabemos que efectivamente existe, además ya nos lo han ratificado aquí. Un día hemos de tocar este tema, desde el punto de vista de productor veo y no lo veo posible si no es echándonos nosotros la responsabilidad. Nosotros los productores tenemos la obligación aceptada por

nosotros. Tenemos que estar unidos en el colectivo que más nos guste, S.A., S.A.T., Cooperativas, y estando unidos tendremos representatividad para hacer crear aquellos resortes que cumplan la norma. Yo no creo que se pueda hacer frente a este problema si no es uniéndose antes el sector productor, el exportador y comerciante. Desde aquí, siendo productor quiero agradecer a todos los que hasta ahora han comercializado el aguacate, mal, regular y bien, lo que han hecho, porque si ellos no lo hubieran hecho, menos hemos hecho nosotros. Sigo manteniendo mi postura que si alguien tiene duda de que unirse el sector productor no es una cosa buena, yo estoy dispuesto a razonar con él para que me convenza de lo contrario.

FEDERICO GIARDIN Y GALAN

Puesto que el mercado interior depende del Ministerio de Agricultura y aquí está José María Roncero, que es de Comercialización Agraria de Madrid, quizás él nos pueda decir qué resortes hay que tocar para poner en práctica esta norma.

JOSE MARIA RONCERO

Yo pertenezco a Normalización Agraria que está dentro de una Subdirección que se llama de Ordenación de la Oferta en la cual también se tocan temas de Comercialización. Mi punto de vista de la Normalización Agraria es el de estudio, elaboración y desarrollo de las normas, nunca el de control, de inspección y de comprobación del cumplimiento de las mismas. La Administración está para obedecer los deseos del pueblo español, entre los que están el del sector agricultura, y el de la mejora de la calidad. La norma del aguacate es una norma de calidad para beneficiar este sector. Se ha elaborado la norma y se comprende perfectamente sus aspiraciones de que no sea una legislación, como existe tanta, de papel escrito y que luego no llega al momento de su cumplimiento; entonces ustedes están en su justo derecho de exigir que se cumpla esa norma de calidad existente y el camino a seguir es el de colaboración en el cumplimiento de la norma y acudir a toda clase de resortes que ustedes estimen oportunos a la Administración y que ésta decida lo que corresponda al respecto.

MANUEL RODRIGUEZ GARCIA

Yo quiero hablar claro porque parece que no nos atrevemos a coger el toro por los cuernos. Existe una norma y no se cumple, ¿y por qué no se cumple?: Pues no se cumple, porque, si se cumpliera, habría muchas protestas; eso es evidente; o sea, se ha hecho un estudio, se ha aceptado, se ha publicado en el B.O.E. Yo no quisiera que esto generase en una disputa contra la Administración, como suele ser costumbre en casi todos los sitios donde hay representantes de los productores, porque creo que es un poco estéril, pero hay una Administración Autonómica, y precisamente la aplicación de la norma es responsabilidad de esta Administración por ser una competencia transferida. Ahora bien, ¿qué es lo que pasaría mañana si nosotros dijésemos que no puede ir al mercado nacional, a ningún puesto de venta, ningún aguacate que no esté calibrado y debidamente envasado?, automáticamente, los señores que están vendiendo aguacates

y que les están dando salida a esos aguacates, plantearían un problema grave y los agricultores serían los primeros en protestar. O sea, que todo requiere un proceso de adaptación a una norma; entonces, claro, creo que es prudente por parte de la Administración no exigir, ahora mismo, el cumplimiento de la norma a rajatabla; primero que el sector se organice y lo pida y, automáticamente, creo yo, si la Administración dispone de suficientes medios, se hará obligatoria. Ahora mismo la Administración se está preocupando mucho del mercado interior, pero se preocupa prioritariamente en temas que se han visto que son peligrosos para la salud; entonces ahora mismo es muy exigente en el aceite y con una serie de productos de conservas, etc., que si no están en perfectas condiciones, desde el punto de vista sanitario, pueden engendrar una serie de enfermedades, algunas gravísimas; en cambio si un señor se toma un aguacate que no está maduro, pues lo único que pasa es que lo tira, pero no le produce ninguna enfermedad; entonces, este control que pedimos, resulta menos urgente desde el punto de vista de la preocupación por el bienestar nacional. ¿Qué podemos hacer?, ¿cómo se pueden aplicar?, pues naturalmente pidiéndolo el sector. Pero, ¿quién puede hablar de que el sector lo pide?, ¿quién representa al sector?: nadie. Es una pescadilla que se muerde la cola. Hace falta: primero que el sector se organice, incluyendo a todos los eslabones del sector, los comerciantes y los productores y cuando este sector se convenza de que es el momento de aplicar la norma, que lo pida; estoy seguro no faltará quien la aplique.

MANUEL RODRIGUEZ

El señor que ha hablado antes y yo tenemos el mismo nombre, pero no las mismas ideas. Yo creo que si hay tres representantes de cooperativas —yo no represento pero soy parte de otra— que piden que se cumplan unas normas de calidad, un representante de la Administración nos está aconsejando todo lo contrario, y nos culpa a nosotros de que no estamos cumpliendo unas normas que estamos pidiendo. Nosotros conocemos mejor que ellos lo que pasa y si lo estamos pidiendo, yo creo que la Administración no tiene derecho a decir lo que puede pasar o no sin saberlo.

MANUEL RODRIGUEZ GARCIA

Yo no he querido acusar a nadie, yo he querido dar una explicación de por qué la prudencia ha aconsejado en estos momentos a la Administración el no exigir el cumplimiento de la norma de un modo tajante.

JULIAN DIAZ ROBLEDO

Creo conveniente que se imponga esa normativa, en cuanto a las variedades de una época, en un calendario determinado, para que tenga el grado de grasa suficiente para salir al consumo. En cuanto a la aplicación de la norma de una forma estricta respecto al calibre, entiendo que sería fundamentalmente perjudicial para el agricultor, porque en España no tenemos una infraestructura industrial que nos permita el coger los destríos que todos los agricultores sabemos que tenemos en unos porcentajes más o menos importantes y tirarlos a la basura y no sacarlos al mercado; yo entiendo que en un país eminentemente productor como lo es España en

el tema de aguacates, el mercado interior debe absorber estos destríos que en el campo todo agricultor tiene; si se aplica la norma, ¿dónde metemos esos destríos? Parece ser que alguna de las cooperativas aquí presentes ya están exigiendo el cumplimiento de la norma, ¿qué van a hacer con esos destríos si suponen un 18, 20 ó 30 % de la cantidad de producto que llega a esas factorías de la cooperativa?, ¿qué hacen con esa mercancía?; me parece perfecto que apliquen la norma desde el momento en que se tenga otra salida para el productor. Entiendo que ésta es una de las bases que la Administración tiene para no exigirlo de una manera directa.

VICENTE HERNANDEZ

Suscribo la exposición hecha por el señor Alvarez y creo que se debe prosperar para la conjunción y defensa de una producción. Yo he podido constatar que se han inscrito a este Simposium, 65 productores, 60 comerciantes y 65 de servicios; quiero decir que no estamos todos, luego vale la pena lo primero hacer llegar a todos los productores, este sentir.

En el symposium de hace dos años, aquí se dejó muy claro que no era momento de hacer propaganda, porque no había producción suficiente en España para el mercado interior; gracias a lo que hoy nos han informado, veo que ya hay producción, pues muy bien, entiendo que hay que combinar la producción y las normas de calidad, y suscribo el paréntesis que ha hecho don Julián Díaz Robledo.

Habrá que darle coto a las derivaciones que no sean para el consumo directo si es posible, para no despreciar un producto que tenga las propiedades adecuadas de otros que no tengan los calibres. Estoy de acuerdo en que en los mercados y en los establecimientos existen productos a veces deprimentes que todos hemos visto; pero lo mismo que en otros productos se controlan los precios que salen de fábrica, la agrupación que organicemos para el aguacate propondrá que haya no sólo un precio moderado de venta del productor, sino precios límites de venta para los establecimientos. Aunque el aguacate tiene muchas incidencias para producirlo, y muchos gastos, y aunque se gana dinero no es tanto negocio como ha dicho el señor Calatrava.

JAVIER CALATRAVA REQUENA

Yo no he dicho que sea un gran negocio. He dicho que no se trata de un cultivo en crisis, a efectos de ayudas financieras por parte de la Administración y que aún, insisto que digo aún, deja bastante dinero al productor.

VICTOR GALAN SAUCO

Aunque parezca que yo me meto con la Administración, yo también soy de la Administración, pero estoy de acuerdo con Julián en que se debe de dar una salida a los productos. Creo que debe de haber unas ciertas normas y éstas deben de ser distintas para el mercado interior que para el mercado exterior, pero tienen que aplicarse y en principio parece que todos estamos de acuerdo, productores e incluso comercializadores en que debe de haber al menos unos calendarios de recolección de variedades y que esos calendarios deberían exigirse, pero mi pregunta es

¿quién lo exige?, ¿hay mecanismos para exigirlo?, ¿se aplican?, ¿cómo se van a aplicar?, porque si hay esa voluntad no sé por qué no se camina en ese sentido.

FELIX VAZQUEZ

Me parece oportuno puntualizar aquí, que si lo que se pretende es dar a conocer más el aguacate, con una calidad, no se puede comercializar el destrío. Lo que tienen ustedes es que ir pensando qué hacer con los destríos, no comercializarlos con relación al ama de casa, sino comercializarlos a través de otros productos que no sean el alimenticio, sino a base de champús, cremas, etc. No se puede introducir un producto que en España se conoce francamente poco, a través de mandar los destríos al mercado interior; se tiene que basar en una calidad para el mercado interior igual que para el exterior y coger al detallista que es el último eslabón hacia el ama de casa y explicarle cómo debe de vender el aguacate al público.

SATURNINO BLANCO

Hay que puntualizar dos cosas: el fruto de destrío se entiende que es destrío porque le falta calidad o es destrío porque está golpeado o tiene defecto; si es destrío porque le falta calidad eso entra dentro de las normas puesto que para aquellas variedades que no se deben sacar en fecha determinada ¿eso sería destrío o no sería destrío? Un fruto pequeño siendo de buena calidad, aunque sea pequeño el fruto, yo creo que no se debe despreciar; el hecho de que sea pequeño que no tenga un calibre para salir al exterior sí se puede vender en el interior, pero variedades que no se deben recolectar dentro de esos meses, sería absurdo el sacarlas anteriormente, y eso sí que provcharía más cantidad de destrío, porque no aguantarían en cámaras frigoríficas e incluso se depreciaría de otra forma.

FRANCISCO ALVAREZ

Cuando se vende fuera de época, es fraude total a una legislación, entonces eso no es destrío; los destríos los entendemos cuando son frutos que están a su sazón comestibles, pero que no dan el calibre o no dan la presentación por ser fruto caído del árbol por un viento. No se le ha buscado la comercialización de los destríos que puede ser que valga para aceite de cosméticos, para pienso para animales, pueden tener otras aplicaciones. Se ha demostrado que ese destrío último no se debería vender en España, puesto que España es nuestro mercado de batalla en los años venideros; digo que no se debería comercializar, porque aunque supusiera el 10 ó 15 %, eso en un precio medio de 100 pesetas que se baraja para el productor, este producto no son más que 15 ó 20 pesetas por kilo y probablemente sea más económico, a largo plazo, tirarlo. Venderemos el 10 % menos pero ganamos el 20 % de precio. Esto nos dará una imagen que a largo plazo, hará que podamos vender estas cantidades de aguacate que se preveen que va a haber para el año 85 ó 92. Es una idea con objeto de aunar los criterios que se han expuesto y creo que van hacia ese camino. En los nísperos del año pasado puedo asegurar, porque el gerente de cooperativas me lo ha asegurado, que tirando el 10 ó 15 % han vendido el 40 % más caro que el resto.

JOSE ANTONIO DIAZ

Quiero tocar el tema de los robos. Todo el mundo dice que sale mucho aguacate cuando no es su hora, pero nadie dice que los que salen fuera es porque se roban y se venden a un precio muy por debajo del suyo, entonces yo pienso que la Administración ya que dice de tirar y hacer una serie de cosas, lo que tiene que hacer es quitar esto para que se cumplan esas normas, y para que salga cuando y como tiene que ir.

ENRIQUE GRANA

Se está hablando de dos cosas, yo quería resumir lo que se ha dicho anteriormente, son dos cuestiones distintas, una es el destrío y otra son los robos. Quiero empezar por el destrío: el destrío es un aguacate que normalmente tiene buena calidad como el que está en 1.º, solamente que por el tamaño o por las manchas de la piel no tiene la presentación que tiene otro aguacate y como todos sabemos la gente compra y come por la vista. Hay que separar el aguacate que no tiene la vista que los anteriores y dejarlo como destrío, ese aguacate se comercializa por otros canales totalmente distintos, por ejemplo, panaderos que a la vez venden el pan, venden aguacate de destrío y venden muchísimo más barato; esto colabora a la extensión del consumo del aguacate, quizás por ello es por lo que en las provincias de Málaga y Granada el consumo es mucho mayor. Aunque seamos zonas productoras, normalmente se exporta fuera y lo que queda aquí son esos canales secundarios de destrío que tiene tan buena calidad, si el aguacate se coge en su punto. Ahora bien, el aguacate que no se coge en su punto está haciendo una mala propaganda, nosotros tenemos una norma de calidad y un mínimo de grasa que es exigible, entonces creo que la Administración podía prestar una vigilancia como es lógico a esos mercados. Pero evidentemente si la vigilancia de los mercados fuera adecuada esto traería también una disminución en el número de robos, porque al tener que presentarse el aguacate con una clasificación y en unas cajas determinadas, los que van a coger del árbol por la noche y a venderlo en el mercado por la mañana no podrían clasificar y vender este fruto a no ser que fuera en corridas de cierta falta de moralidad, que no me atrevo a creer que existiera.

ANTONIO JERONIMO

El aguacate en el mercado nacional no se conoce lo suficiente como para agotar nuestra producción, entonces de esos destríos que se habla tanto, de que se deben tirar, en un árbol joven de cinco o seis años es el 10 ó 15 %, pero en un árbol de quince años supone un 70 u 80 % de la producción del árbol y entonces ya no se trata de unas pesetillas, ya se trata de cambiar la papeleta del 10 al 15 % de malo al 10 al 15 % de bueno, y todo el que tenga árboles de quince o veinte años que esté aquí sentado lo sabe. Estos destríos no convienen a los comerciantes, porque los comerciantes no podemos mandar a Madrid 20.000 kilos de aguacates sino 500 kilos, y a Burgos, Bilbao, Sevilla, Córdoba, Cádiz, se mandan unas cajas de aguacates y se introducen los destríos a bajo precio para que la gente los vaya conociendo y el dinero del comerciante no esté tan expuesto. Porque los intermediarios somos los que hacemos propaganda con trípticos, recetas, etc.

JOSE SANTAMARIA

El objetivo de esta reunión es abordar a fondo y en serio la problemática de la comercialización, y ésta viene inicialmente de una mínima organización de la oferta, que la tienen en sus manos las organizaciones de agricultores, y yo no voy a especificar qué modalidad deben de tomar. Lo que está aquí planteado, toda esa picaresca que se produce es porque el sector no está mínimamente organizado; si el sector estuviera organizado esa picaresca no se aplicaría, ni en un sentido ni en otro y evidentemente el objetivo de comercialización es ni más ni menos que dar transparencia comercial, y ésta evidentemente viene por una aplicación de las normas; flexibles, pero con la participación clara del agricultor. Yo me permitiría aquí instar a que esas incipientes pero interesantes organizaciones de agricultores avancen en la mejora comercial, teniendo una perspectiva no solamente de mercado interior, sino de mercado exterior a través de otras organizaciones de agricultores que presentan una gama de productos enormemente amplia, que están abordando la comercialización exterior con pleno éxito. No es la primera vez que hemos planteado que el aguacate es un producto estratégico y que podemos decir que está en la vanguardia comercial y que lógicamente puede ser introducido de cara al exterior a través de redes de distribución comerciales en manos de los agricultores altamente interesantes. De la misma manera, el agricultor debe de estar mínimamente estructurado en una organización de medios e instalaciones aquí en origen, para que desde aquí se aplicase una normativa de calidad, de cara al destino del mercado interior.

ARTURO YAGÜE

Yo creo que el coloquio ha derivado en un enfrentamiento entre productores y distribuidores, cuando creo que ese no es el tema. El tema del aguacate es tan importante que necesita la fuerza de los productores y la de los distribuidores; en cuanto al aguacate creo que lo principal es que no sea autorizada la venta, fuera de su tiempo de recolección, empezando por ejemplo en noviembre con el Bacón y siguiendo con el Fuerte en diciembre y a partir de enero o febrero con el Hass, si se hiciera esto y la Administración que ahora lo único que podría controlar era eso, que en los mercados no hubiera fruto que no estuviera hecho, no que sea pequeño o que sea destrío, porque eso llegará dentro de cuatro o cinco años, cuando las producciones sean tan grandes que esto se irá eliminando progresivamente como se ha hecho en otros frutos. La fruta pequeña ahora se puede vender para que haga una publicidad, a cincuenta, cuarenta o treinta pesetas. En cuanto a la selección en años sucesivos, será una obligación, porque si no no se venderán; pero ahora mismo el público no está suficientemente educado para comer aguacates y vendrá con esa propaganda que se quiere hacer, cuando después podrá exigir lo que quiera.

Si la Administración empezara a dictar normas, no de tamaño ni nada de eso, sino época de recogida de fruta, se evitarían los robos, porque el que va a robar coge un aguacate en el mes de septiembre y lo vende en el mercado y si no lo vende en el mercado lo vende en un baratillo, entonces si hubiera un motivo para que ese fruto se retirase del mercado, el ladrón no tendría por qué robarlo.

En cuanto a la distribución, se ha tocado aquí el tema de que el agricultor es la parte sufriendo, yo hablo como distribuidor y como futuro productor, y creo que el productor se debe ceñir a cosechar lo mejor posible y con la mayor calidad posible y el distribuidor a distribuirlo lo mejor posible ese producto, cada cual que haga su misión y por lo cual no debe de haber un enfrentamiento entre ambas partes, sino haber una colaboración sincera y eficaz.

ENRIQUE MASIA

Hemos oído aquí defectos de comercialización, defectos de penetración en el mercado, y quizás nosotros los que venimos del exterior y somos españoles, podemos aportar a este Seminario. Señores, solución a algunos de los problemas de los que se ha hablado cuando tengan producción y se organicen, cuando ustedes tengan un común denominador, es decir, un distintivo que sepan que el aguacate es aguacate con nombres y apellidos, muchos problemas de los que roban, de la mala calidad desaparecerán; porque se ha visto en el mercado exterior, que tienen que ser la meta de donde nos veamos como es el caso de Israel, que comercializa la segunda marca bajo un distintivo. Después también ustedes han hablado sobre un Ente, sobre un Organismo, nosotros los que somos receptores de mercancías de España en el exterior, cuando oímos de nuevos organismos nos da miedo, porque nacen tantos que al final no sabemos quién es quién. Yo recomendaría a ustedes que vean lo que ha hecho quizás la competencia en el exterior, concretamente Israel, que vean lo que ha hecho Valencia con sus naranjas, que vean lo que han hecho los tomateros, y ver si copiamos lo que ya se ha hecho y no hacer cosas nuevas, porque en definitiva yo creo que ya está todo hecho, lo que hace falta es modificar, perfeccionar y acoplar a las circunstancias de cada sector. Por último decirles que yo personalmente que infiero en la producción del aguacate en un punto muy pequeño, que no le tenemos miedo a las cifras de producción, pensando que el aguacate no va a ir a más en el consumo de Europa. Creemos que el aguacate de España tiene puesto más o menos seguro en los mercados europeos, ahora bien, el precio que le da al productor no lo sé, no sé hasta qué punto será rentable. Pensamos que siendo España europea, no debe sobrar el aguacate de España.

ZWI SHACHAR

Yo he pensado mucho sin intervenir en sus problemas locales, por lo que yo he leído en el programa, hay una propuesta de un Fondo de Promoción y Consumo de aguacate, es difícil hacerlo, pero les voy a dar una idea de la experiencia que hemos tenido en Israel. Lo primero que se necesita para el fondo es una organización, en la que participen los productores como los mayoristas y los mercados. Al instante en que el productor ponga dinero, yo estoy que los mayoristas también y con ese dinero se puede hacer la promoción; ésta es imprescindible para poder desarrollar el mercado español, porque siempre, aunque hemos exportado han quedado cantidades que por las normas del mercado europeo no se pueden mandar ni a Francia, ni a otros países europeos y los van a tener que comer aquí. Pero para poder poner un fondo y no tirar el dinero en la calle, tienen que tener un control de la calidad de la fruta que va al mercado, porque de

mandarlo en septiembre, no vale la pena hacer propaganda, porque lo que se hace es una contrapropaganda. Una norma de calidad ya la tienen, ahora habría que ver la manera de imponer esta norma. Yo no temo al 1 ó 2 % de la fruta que recogiénola en su tiempo van a tener que tirar. Mejor es tirar ese tanto por ciento de la fruta, y la buena venderla a un precio que va a pagar ese tanto por ciento que se va a tirar. Desde luego y no ha cambiado mucho desde hace dos años que se lo conté, que no hay todavía productos que se pueden hacer de aguacate que no se pueden consumir, puede pensar España de ir haciendo algo de aceite de aguacate para cosméticos y otros, pero el mercado es muy difícil, porque esta gente como Elena Rubinstein, y todos esos quieren hacer mucho dinero y en el champú en un frasco de diez litros ponen tres gotas de aguacate, y el mercado está muy reducido y las instalaciones son carísimas. Otro problema es que ellos quieren siempre este aceite con el mismo color verde y no se ha encontrado científicamente el método de sacar el aceite y tener cada lote del mismo color, a veces está más gris, a veces está más verde y con esto hay problemas y no creo que en el mercado, en un futuro cercano, vaya a haber algún producto en el que se pueda utilizar este aguacate, que por lo general lo que tiene mal no es el gusto, ni la pulpa del aguacate, sino la cáscara y casi siempre se pueden mandar casi todos estos frutos al mercado local con calidad 1.ª, 2.ª y 3.ª, así que lo más importante de todo esto que yo veo es de imponer esta norma de alguna manera, y quien la puede imponer es la organización de los productores mismos.

Sobre los robos nosotros tenemos muchos y lo que habría que hacer es pedir a los que roban que lo hagan en su tiempo, cuando está maduro, porque por lo menos si lo van a vender van a tener más clientes nuevos que van conociendo el aguacate.

Nosotros durante años tenemos una organización, que casi aquí no la van a poder tener, porque nosotros tenemos una ley que podemos entrar en cualquier tienda, aunque sea la más pequeña, y si hay frutos que pensamos los han robado o que están fuera de temporada tenemos el derecho de exigirle una factura de a quién se los compró, porque si los compró a alguien que los robó, no tienen factura, si los compró de un mayorista, pues al mayorista le levantamos una multa que no le vale la pena; aparte de esto podemos tomar la fruta de la tienda y no pagarla, eso es difícil de hacerlo aquí, me imagino, pero hay que tratar de hacer algo para evitar esto. En esta organización que tenemos hemos cobrado en años pasados hasta más o menos seis a ocho pesetas kilo. Sobre cada kilo que se ha mandado al mercado exterior e interior, esto nos dio una cantidad de dinero que se acercó a dos millones de dólares, que los hemos gastado en Europa, si no estaríamos en una situación pésima tanto nosotros como ustedes.

No me quejo con España porque al final todo el mundo está comercializando en Europa con el dinero que nosotros gastamos en la promoción, pero lo importante es hacer todo lo posible para desarrollar el mercado español, que desde luego es más fácil de vender una fruta que es de una calidad buena pero que ya no podría llegar hasta Perpignan, ni más lejos, y estaría muy bien para el consumo aquí si hubiera la bastante gente que lo conoce y lo va a consumir.

MANUEL RODRIGUEZ GARCIA

Apoyando la última intervención en el sentido de intentar reconducir el coloquio hacia la elaboración de una conclusión sobre el modo de organizarnos para la creación de un fondo de promoción del consumo en el mercado interior. Porque en cuanto al tema de las normas de calidad parece que podríamos llegar ya a una conclusión. Parece que las últimas intervenciones están de acuerdo en que las normas habría que aplicarlas gradualmente y empezando por exigir un calendario. Que además el calendario sería muy fácil, puesto que para el mercado exterior ya existe una Comisión Consultiva que establece un calendario para las exportaciones, bastaría con tomar este mismo calendario, como primera herramienta de trabajo, que se podría corregir posteriormente, todos los aguacates que salieran fuera de fecha para cada variedad, intentar sancionarlo; intentar que el Ministerio de Sanidad y Consumo, que es el que tiene esa responsabilidad, intervenga en este sector.

Pero, en relación con el Fondo, que era el objetivo que se quería desarrollar en esta Mesa Redonda, creo que si dejamos ir las cosas por su propia marcha, a la vuelta de diez años se podría, quizás, llegar al establecimiento de un Comité de Gestión, como el que funciona actualmente para los cítricos. Pero hay una diferencia, los cítricos son un fruto que todo el mundo conoce, mientras que el aguacate tiene la dificultad de ser un producto nuevo. Entonces, creo que los ejemplos que más nos interesan, porque quizás nos puedan orientar son los ejemplos de lo que ha hecho California en el tema de la promoción del aguacate. En este sentido yo quería que nos explicasen, quizás la moderadora de la Mesa, que tiene documentación sobre el tema, o don José María Farré, cómo se han organizado los californianos, tema del que ya hablé aquí hace dos años el señor Brokow para conseguir este Fondo de promoción del aguacate.

También sería ideal si tuviéramos información, por ejemplo, de cómo en Nueva Zelanda se han organizado los productores de KIWI, otro fruto nuevo que nadie conocía, y que en pocos años lo han dado a conocer en toda Europa.

Cuando se tropieza con el problema de un fruto nuevo, no se puede dejar que las cosas vayan evolucionando por sí solas y que al cabo de diez o más años, tengamos suficientes cooperativas y exportadores y se establezca un Comité de Gestión. Yo creo, quizás, con ayuda de una norma, habría que disponer de los medios para conseguir un fondo para la promoción del consumo.

MODERADOR

«La Comisión del Aguacate de California» se crea en septiembre de 1977, al objeto de poder desarrollar y dirigir un programa tanto a nivel nacional como internacional de promoción, publicidad e investigación del mercado del aguacate.

Se hace en base a ser un producto de gran interés tanto por su valor económico como por el social, ya que ocupa gran cantidad de mano de obra no cualificada.

Es condición para poder crear esta Comisión que al menos un 40 % de los productores con un mínimo de un 40 % de la producción, se presente para las votaciones.

De este 40 % de productores, un 65 % tienen que votar a favor y que al mismo tiempo representen un 51 % del volumen de aguacates vendidos en la pasada campaña, o el porcentaje inverso.

La Administración propone la creación de la Comisión del Aguacate de California compuesta por:

- Diez productores de aguacate, no manipuladores.
- Cuarto manipuladores.
- Un miembro público.

Los diez productores se elegirán de la siguiente manera:

— Cinco, cada uno de ellos pertenecientes a un distrito, pero que no estén afiliados a ninguna entidad que manipule.

— Cinco, cada uno de ellos pertenecientes a un distrito, elegidos entre y por los productores afiliados a alguna cooperativa de manipulación.

Los cuatro manipuladores se elegirán de la siguiente manera:

— Dos elegidos por y entre los manipuladores que no estén dentro de ninguna cooperativa de manipulación de aguacate.

— Dos por y entre los que estén dentro de alguna cooperativa de manipulación.

Un miembro público que no tenga intereses económicos en el sector del aguacate.

En California no se explica que haya un comercio de este producto sin la previa clasificación y manipulación de él.

Los miembros de esta Comisión serán personas implicadas económicamente en el sector de este producto.

Elección del Comité

El Director de Agricultura y Alimentación establecerá una lista de productores en cada distrito, para ello requerirá a los manipuladores del estado a que suministre los nombres, direcciones, números de distrito y volumen de manipulación de cada productor a quien ellos hayan comprado o manipulado aguacates en la última campaña.

Los manipuladores tienen la obligación de llevar un libro registro con las cantidades que cada agricultor le ha entregado de producto. Por lo tanto los manipuladores son obligados a mandarle al Director de Agricultura la lista de productores.

Una vez confeccionadas estas listas la Administración convocará las elecciones al Comité.

Una vez elegido este Comité tanto los censos como la demás información irá a su poder y tendrá carácter confidencial de tal manera que sólo será suministrada en caso de ser demandada por el juez.

El Comité tomará las medidas oportunas para llevar a cabo el objetivo para el que se creó:

- Negociar con el Estado lo conveniente en cada momento.
- Orientar la propaganda.
- Dirigir la investigación científica.

— Contratación de gerente.

La Comisión recibirá el dinero en una cantidad siempre inferior al 61% del valor bruto de las ventas anuales de aguacate de cada agricultor, siendo cobrado por el manipulador al que le hace entrega de su producto. Siendo el manipulador el obligado en dar esta cantidad a la Comisión. El manipulador tiene la misión de llevar una relación nominativa de quién le vende y a quién vende el aguacate.

La Comisión nunca dará una información nominativa si la puede dar global.

El funcionario asistirá a las reuniones del Comité con voz pero sin voto y denunciará en caso de que se estén realizando funciones que no estén encaminadas a conseguir los objetivos por la que se creó «LA COMISION DEL AGUACATE DE CALIFORNIA».

También están legisladas las penalizaciones en caso de no cumplimiento.

JOSE MARIA FARRE

La situación de los Estados Unidos es muy distinta a la nuestra, y por lo tanto yo me resistiría grandemente a pretender trasplantar cosas americanas. En Estados Unidos hay lo que se llama sistemas de poner orden en el mercado, que funcionan casi como monopolios en muchos sectores, no solamente en frutos sino en leche, en mil campos distintos, ellos le van dando vueltas de forma de que puedan hacer cosas que nos parecerían imposibles aquí, como es controlar prácticamente un sector como es el caso del aguacate, teniendo un mínimo de votación, tomar las decisiones de detraer unas cantidades por kilo que éstas se utilizan para promoción de la investigación y en otros muchos campos.

Aunque se creía que la conversación estaba desviada de lo que la Mesa tenía por objetivo al principio, yo creo que no estaba desviada, sino que se han atacado verdaderamente los nudos que van a limitar el efecto de una campaña; es decir, gastar dinero es muy fácil, lo más fácil evidentemente, lo que hay es que obtener una rentabilidad de ese dinero y para obtener ésta hay una serie de puntos limitativos que son los que se han ido exponiendo con mayor o menor orden, pero que creo que han salido todos y además han sido bien expuesto. Volviendo al tema de California, allí hay unas normas de calidad desde siempre, de estandarización de la caja, etc., nos podemos poner todos de acuerdo con mucha facilidad con un fndo de promoción, pero hay que ver cuáles son los factores que van a limitar el éxito de este fondo de promoción. Las asociaciones de productores son las bases sobre las cuales se puede construir lo otro, si estas bases no existen creo que sería muy peligroso entrar en la siguiente fase del edificio.

RAFAEL CORTES

Ya que aquí se está hablando de promoción de consumo, creo que es el momento de que ustedes conozcan qué representa el Instituto Nacional de Fomento de la Exportación y para qué sirve; porque posiblemente tengan una fuente de ingresos y ayudas a sus promociones y no las utilicen. El Instituto de Fomento a la Exportación, en definitiva no ha hecho más que

sustituir a una Dirección General de Promoción Comercial y Ferias del Exterior que estaba incluida en el Ministerio de Economía y Comercio, en virtud de una mayor agilidad tanto en formación de ferias como en ayudas para misiones comerciales. Lo primero que ocurre y va a chocar con los aguacates, es de que este Instituto funciona generalmente a nivel sectorial, da ayudas, da dinero, da cobertura diplomática a todas las oficinas comerciales en el exterior, pero claro normalmente funciona a través de sectores, entonces solamente a nivel individual puede ayudar a alguna firma a formar misiones directas en el exterior, explotación de mercados, o misiones inversas, como podría ser el caso de traer ustedes importadores hacia esta zona de Almuñécar a darle a conocer el aguacate, ahí podría ayudar a nivel individual, personal; entonces su interés básico estriba en que ustedes sean los que hagan una promoción, ustedes la estudien, ustedes son los que la hacen y nosotros somos los que le ayudamos, a mayor audacia en la promoción, mayor participación del Instituto, contarán ustedes con la cobertura de todas las oficinas comerciales del exterior. Existe ya propiedad del Instituto, un Centro de Promoción comercial en Londres que a su vez tiene su presupuesto que carga con todos los gastos y las promociones en el Reino Unido, se ven grandemente disminuidas para el sector de que se trate. Se trata de hacer otro centro en Alemania que está en fase de creación, de las mismas características; hay países donde la cuota que habría que aportar para participar en esas promociones comerciales se vería tremendamente disminuida en relación con otros países.

GERMAN SILVA

Yo estoy aquí mucho rato escuchando y me da la sensación de que se repite la historia y es igual en la gente que produce melocotones, que con toda la gente que se dedica al producto agroalimntario. Hemos tenido que crear una división que se llama organizaciones asociativas, porque cada vez que queríamos hacer propuestas publicitarias, teníamos que dedicarnos a organizar el sector. Nosotros quisiéramos y creemos que es importante que de una vez por todas tengamos ese interlocutor válido. Creemos que el aguacate tiene un porvenir en la exportación, pero este porvenir dependerá muchísimo del control del mercado interior, en este control es donde ustedes deberán tener el arma para luchar contra la competencia y para poder regular esa salida de producto. Me preocupa muchísimo el tema del destrío, aunque no soy conocedor del tema, soy un estudioso y seguidor de los trabajos de Calatrava y por eso me he podido enterar de que estamos en una etapa de puro lanzamiento del producto y con ese criterio hay que abordar la promoción y por lo tanto me preocupa que la calidad no sea una calidad garantizada, y que ese contacto de 50 % de posibilidad de éxito que tiene el primer consumidor de aguacate se tire el dinero a la basura con el solo hecho de presentar un producto que aun cuando visualmente pueda o no ser bonito, quizás gustativamente pueda tener una calidad similar. Yo creo que hay que entrar con un producto magnífico, con una presentación magnífica y con una información fundamental, puesto que la carencia de información respecto al aguacate está produciendo que la curva de la demanda no avance hacia la derecha, por lo tanto creo que una campaña de información al consumidor pero con una conjunta campaña de información al distribuidor pueda hacer tirar de la demanda.

FRANCISCO ALVAREZ

Parece que estamos todos de acuerdo, aunque el enunciado era crear un fondo para la promoción, consumo y venta del aguacate, parece que se había desviado la mesa iniciando su coloquio. Ya veo que hay personas que apoyan lo contrario, porque si hubiéramos tomado al pie de la letra lo del fndo hubiéramos empezado discutiendo la cuantía de pesetas como un impuesto directo al aguacate que tendría que ser soportado por el sector entero, no digo el productor, por todo el sector, y entonces parece que ha sido más acertado hacerlo así porque hemos visto cómo se puede hacer y qué es lo que queremos todos hacer y ahora pues quizás, no va a quedar tiempo para determinar los puntos siguientes, que son: cómo es el impuesto, incluso cómo es el Ente que agrupa, yo estoy aquí y lo dije al principio queriendo agrupar al Ente productor, sin que esta agrupación sea separarme del Ente exportador o comercializador. Yo pediría a la Administración que pronto pueda hacerse otra reunión en la que hablemos del Ente que nos ha de agrupar y también cuál es esa recogida de dinero que el señor Shachar considera imprescindible; no solamente él sino todos creemos que sin dinero no se hace nada. Nos pareció que empezar diciendo cuánto dinero podría ser con respecto a las toneladas que tenemos y aplicándole una peseta o cinco por kilo cómo hacerlo, la recogida, la cuantía. Yo estoy contento de haber iniciado qué es lo que se podría hacer si tuviéramos dinero, entonces desde mi postura intento llamar a todos los productores que se agrupen, el que esté como independiente y quiera seguir estándolo que lo esté, pero que desde luego parece que podrá tener más éxito si se agrupa en el Ente Jurídico que más le guste y de verdad, si en tiempo venidero pudiera estar el sector productor agrupado, serán posible las incidencias sobre una campaña organizada que se ha dicho anteriormente. Actualmente el sector no tiene representatividad para poder hablar de cómo hacerse una campaña. Yo desde aquí quisiera pedir a la Administración que no espere a la próxima Semana Verde para que volvamos a hablar del tema; si es posible que haya pronto un seminario, una reunión en la que podamos hablar de cómo agrupar esas cooperativas en una de segundo grado, esas S.A. junto con cooperativas y SAT en un Ente superior, darle cuerpo a este Ente, que tenga de verdad la representatividad necesaria para imponer la cuantía de ese fondo que se hablaba en el enunciado del programa. Si yo puedo ayudar en algún momento a alguien en cambiar impresiones, puesto que tenemos en producción una experiencia de quince años y en sistema asociativo de dos años, yo le pido que nos solicite la ayuda.

MARIANO CRUZ ROMERO

Para acabar y ser prácticos los componentes de esta Mesa lo hemos comentado otras veces, nos vemos obligados a resumir, completar y estudiar todo lo tratado elevándolo a los aquí presentes y a los ausentes, sacando un plan de conclusiones definitivas de esta Mesa, de tal manera que esto sea un principio de un trabajo serio y continuado en beneficio del sector del aguacate.

**TEMA: SITUACION Y PERSPECTIVAS DEL AGUACATE
EN CANARIAS.**

PONENTE: VICTOR GALAN SAUCO, Instituto Nacional de Investigaciones Agrarias. Centro Regional de Canarias, Jefe del Departamento de Cultivos subtropicales.

TEMA: SITUACION Y PROSPECTIVAS DEL AGUACATE EN CANARIAS.

FUENTE: VICTOR GALAN BARRIO, Instituto Nacional de Investigaciones Agrarias, Centro Nacional de Canarias, Jefe del Departamento de Cultivos subtropicales.

TEMA: SITUACION Y PERSPECTIVAS DEL AGUACATE EN CANARIAS.

PONENTE: VICTOR GALAN SAUCO.

La primera vez que se indica la existencia de árboles de aguacate en el Viejo Mundo fue en el año 1601, en que se cita la presencia de varios árboles en un jardín de Valencia (12). Por la descripción que allí se efectúe, se trataba de aguacateros de la raza mejicana, más adaptada a condiciones relativamente frías que las otras dos razas de aguacates, guatemalteca y antillana.

El hecho de que las Islas Canarias fueran puerto casi totalmente obligado de las rutas Europa-América, parece arrojar pocas dudas sobre la posibilidad de una introducción de esta especie poco después del descubrimiento de América, donde el aguacate ya era cultivado desde Méjico hasta Perú, antes de la llegada de Colón (11). Debemos, sin embargo, notar que hasta mediados del siglo XVIII no se introduce el aguacate en las Antillas (13) y es precisamente con estas islas, con las que Canarias mantiene un activo comercio de mercancías poco después del descubrimiento de América (4) y adonde más tardíamente, en los siglos XVIII al XX, se dirige una activa emigración canaria.

La primera descripción de la presencia de aguacates en el Archipiélago, a mi juicio, se debe a Pérez y Sagot, quienes, en 1867 (12) escriben, entre otras cosas, que «los frutos de aguacates maduran en nuestras islas en otoño, son grandes y de muy buena calidad», lo que sugiere que se trata de plantas de la raza antillana. Por el resto del texto es fácil deducir que los aguacates eran ya bastante frecuentes en Canarias por aquel entonces. No obstante, llama mucho la atención que un autor tan prestigioso como Viera y Clavijo no cite su existencia en 1866 pese a que en su Diccionario de Historia Natural de las Islas Canarias (18) se describen 34 frutales, entre ellos, varias especies tropicales originarias del nuevo mundo, como p. ej.: la papaya y el chirimoyo. Es interesante indicar también que el aguacate no parece existir en el Jardín Botánico de Tenerife en el siglo XVIII (16) aunque sí el mango, tampoco citado por Viera pero sí por Pérez y Sagot. En cualquier caso, tanto si llegó a Canarias poco después del descubrimiento de América o si su introducción fue en el siglo XIX, lo cierto es que el aguacate permanece en nuestras islas como un árbol de jardín o huerto familiar hasta el año 1953 en que propiamente comienza el desarrollo moderno de esta especie en Canarias. El promotor de este desarrollo fue García Cabezón (10) quien tras un intento semifrustrado en 1935, importó los mejores cultivares (*) a la sazón, existentes en California y Florida, entre ellos «Fuerte», «Has», «Rincón», «McArthur», «Bacon» «Zutano», que todavía hoy constituyen la base del cultivo comercial en Canarias. También realizó algunas selecciones, entre otras «Orotava», «Robusta» y «Gema» (9) pese a que éstas —salvo el cv. «Orotava» que tiene, hoy día, interés como patrón— por diversas razones, han perdido, casi totalmente, su interés comercial. A partir de estos comienzos y con la puesta a punto de su tecnología de cultivo y la labor entusiasta de numerosos agricultores y técnicos, entre los que destacaremos la del

(*) Cultivar = variedad cultivada.

Ingeniero Agrónomo F. J. Alvarez de la Peña, por desgracia prematuramente fallecido en 1980, el aguacate ha pasado, de casi la oscuridad en Canarias, a convertirse en el segundo cultivo frutal en importancia de las islas y una clara alternativa al plátano en las vertientes Norte del Archipiélago.

La actual superficie de cultivo en nuestra región es difícil de precisar, ya que el conocimiento de la misma se basa en los datos de las Cámaras Agrarias que proceden de una estimación en colaboración con las Agencias de Extensión Agraria, realizada con muy buena voluntad pero imposible de ser rigurosa por las propias limitaciones de medios. Por añadidura, luego son corregidos, normalmente a la baja, según criterios respetables pero subjetivos, por las Delegaciones Provinciales del Ministerio de Agricultura, proporcionando así el dato que aparece en el Anuario de Estadística del Ministerio de Agricultura. Sería, a mi juicio, totalmente necesario que se realizaran estudios serios en base a fotografías aéreas que permitieran conocer esta superficie con exactitud, pero, en cualquier caso, a tenor de los datos más directos —que son los de las Cámaras Agrarias— actualmente se cultivan en Canarias del orden de 644 Has. (véase cuadro núm. 1) siendo Güímar el Municipio de mayor importancia con 200 Has. plantadas, seguido por los Llanos de Aridane con 90 Has. Por las mismas razones anteriores, es realmente difícil evaluar con rigor qué porcentaje de dicha superficie está aún en fase de formación, pero si consideramos que un árbol no entra en plena producción hasta el 7.^o-8.^o año, no nos cabe la menor duda de que bastante menos del 50 % de la superficie está todavía en formación, ya que la partida de Aguacates y otros del Anuario de Estadística Agraria, reflejaba 159 Has. en 1974 y 215 Has. en 1975. Por otra parte, según datos del Instituto Nacional de Semillas y Plantas de Vivero, en los dos últimos años (1980-1981) se han producido en viveros canarios, del orden de 105.000 plantas que, a un promedio de 200 plantas por Ha., representan algo más de 500 Has. Ello nos permite, además, deducir que la superficie actual de cultivo debe haber superado las 1.000 Has.

Según las mismas fuentes de las Cámaras Agrarias, existen del orden de 70.108 árboles diseminados, el mayor número de los cuales (12.000) se encuentran en Mogán, seguido por Los Realejos (7.500), Agaete (3.900), Galdar (3.500) y Telde (3.100). La mayoría de estos árboles, al menos las plantas de mayor edad, pertenecen a la raza antillana (*).

Con los cultivares actualmente utilizados en las islas, principalmente «Fuerte», «Hass», «Bacon», «Zutano» y, en menor escala, «Pinkerton», «Arona», «Reed» y «Edranol», es perfectamente posible, dada la diversidad microclimática, conseguir una recolección continuada de aguacates a lo largo del año, empezando, a mediados de septiembre, con «Fuerte» en zonas costeras del Sur y terminando con «Reed» en zonas medias del Norte.

En cuanto a la producción de aguacates es ciertamente difícil de evaluar, pero las exportaciones, fundamentalmente orientadas hacia el mercado inglés, han aumentado casi constantemente desde 34 Tm. en 1969 (17)

(*) Ello ha sido probado para los aguacates de la Isla de la Gomera (7).

hasta las 1.200 Tm. en la campaña 1981/82 (véase cuadro núm. 2). Como se observa en dicho cuadro, en la última campaña se han dirigido las exportaciones en mayor proporción hacia el mercado nacional donde comienza a haber una cierta demanda para esta fruta. La principal empresa exportadora es FRETECO, que comercializa del orden del 40 % del total regional. Según puede deducirse de los datos de la misma fuente (17), la cantidad comercializada por los dos mercados principales de las islas —Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de Tenerife— se cifraría, en 1982, en torno a las 2.000 Tm. por lo que la producción canaria de este año podría haber llegado a las 3.200 Tm.

Pese a un constante aumento de la producción y arrastrados, sin duda, por el enorme boom del consumo de aguacates en Europa, en la década de los 70, los precios pagados al agricultor se han elevado, según datos de FRETECO, desde unos precios comprendidos entre 32 y 72 pesetas, en la campaña 1970/71; a 87/211 ptas., en la campaña 1980/81, y 54/170 ptas., en 1981/82. Los precios correspondientes a la campaña 80/81 están, sin duda, muy influenciados por el hecho de una baja producción israelita en dicho año. A grandes rasgos, los precios más bajos corresponden a los meses de octubre y noviembre, sin duda porque en esas fechas se sitúa la mayor producción de Israel. Debemos señalar también que, pese a lincremento de la oferta israelita en el presente año, los niveles de precios en esta campaña, que ha oscilado entre 60 y 120 pesetas/kilogramo, desde septiembre de febrero, son bastante aceptables.

Según la experiencia acumulada en las islas, es perfectamente factible cultivar, con óptimos resultados productivos, el aguacate desde el nivel del mar hasta la cota de 450 m. en vertiente Norte y hasta los 600m. s.n.m. en vertiente Sur, siempre que se disponga de agua en cantidad y de calidad apropiada, suelos con buen drenaje interno hasta, al menos, 1 m. de profundidad y no se produzca fuerte incidencia de vientos. Aunque se han realizado algunas experiencias, con resultados no muy positivos, sobre las posibilidades de cultivo del aguacate a mayor altitud, creemos que hay que proseguir estudiándolas con diferentes combinaciones patrón-cultivar.

Algunas de las principales ventajas que este cultivo presenta para Canarias son:

— *Exigencia en agua relativamente baja* (del orden de 7.000 m³/Ha., siempre con agua de buena calidad).

— *Escasa incidencia cuantitativa de plagas y enfermedades* y, en consecuencia, *escasos tratamientos fitosanitarios*.

— *Escasas necesidades de mano de obra* pues no sólo no requiere labrado del suelo sino que, incluso, éste puede, en muchas ocasiones, ser perjudicial.

— *Posibilidad de recolección escalonada*, no sólo según cultivares, sino según diversas zonas climáticas, épocas de floración dentro de cada árbol e incluso el fruto puede ser recogido en distintos estados de desarrollo con una aceptable calidad. La recolección puede ser, pues, casi programada de acuerdo a la demanda del mercado.

— *No necesita poda pero sí la permite*, lo que hace posible, de una parte, conducir el árbol, cuando es joven, para una recolección más sencilla y, de otra, rejuvenecer las plantaciones con facilidad.

— *El proceso de maduración del fruto es lo suficientemente lento* para permitir un satisfactorio envío vía superficie (barco y tren o camión).

— *El mercado nacional está totalmente por desarrollar y el europeo está aún en expansión*, habiendo sido el ritmo de aumento del 72 al 79 en la Comunidad Económica Europea del 60 % al año, desbordando las predicciones más optimistas y así incluso en el año 1980, se preveían comercializar en Europa del orden de 30.000 Tm. y se llegó a 40.000 Tm. pese a que dicho año la producción israelita bajó, por razones climatológicas (2), y fue preciso recurrir a importaciones de California.

— *La transformación de excedentes y frutas de segunda calidad en otras materias* (aceites, salsas, champús, etc.), es bastante rentable en algunos países. Al menos es un buen negocio la fabricación de algunos derivados del aceite de aguacate en Martinica, con una superficie del orden de 1.000 Has. (3).

— *Las especiales características de la fruta hacen que no se produzcan fenómenos de competencia en los mercados con otras frutas u hortalizas.*

Presenta, por contra, una serie de *Inconvenientes*:

— Como la mayoría de los árboles, es *relativamente lento en entrar en producción*. No obstante, este inconveniente es ya muy reducido no sólo por la obtención de cultivares precoces como «Pinkerton», sino porque además se tiende a realizar plantaciones de mayor densidad, con lo que aumenta la producción por unidad de superficie en los primeros años. En el caso de sembrar el aguacate como sustitutivo de la platanera, el problema es inexistente si conservamos los plantones que no molesten a los árboles durante los tres primeros años. También puede atenuarse este inconveniente por medio de siembras intercalares de otras especies de más rápida entrada n producción.

— Posible incidencia de *Phytophthora cinnamomi rands*. En los suelos con mal drenaje este hongo puede destruir totalmente la plantación. El problema se agrava si los aguacateros proceden de viveros en que no se produzca planta libre de dicho patógeno. Pese a que el CRIDA-11 (INIA) está trabajando en la línea de búsqueda de soluciones para este problema, subvencionado por el Excmo. Cabildo Insular de Tenerife, los resultados, muy positivos, son, por ahora, de rentabilidad cuestionable e incluso alguno de los fungicidas utilizados aún no están registrados en España.

— *Sales y compatibilidad*: Los patrones más resistentes a sales, generalmente de la raza antillana, presentan, con frecuencia a medio plazo, problemas de compatibilidad con los cultivares recomendables, sobre todo en zonas Norte de las islas donde los antillanos se desarrollan con menor rapidez que los cultivares, generalmente híbridos mejicanos x guatemaltecos.

— *Heterogeneidad de patrones*: Dada la alta heterozigosis de la especie, es preciso desarrollar técnicas de propagación vegetativa que permitan obtener plantas homogéneas. Esta propagación vegetativa está relativamente resuelta para los aguacates de raza mejicana tolerantes a *Phytophthora cinnamomi* pero no aún para los antillanos. Queremos llamar la atención sobre el hecho de que un patrón ideal para Canarias, debe reunir las siguientes condiciones:

- Resistente a *Phytophthora cinnamomi*.
- Resistente a sales.
- Compatible con los cultivares recomendados.

Actualmente el Excmo. Cabildo Insular de Tenerife, subvenciona dos proyectos en este sentido, uno al INIA (*Phytophthora cinnamomi*) y otro al CSCIC (sales). Será preciso en el futuro una cierta integración entre ambos proyectos para obtener patrones resistentes a ambas causas, si ello fuera posible, y que pudieran ser luego testados para su compatibilidad con las variedades.

— *Falta de tipificación del producto*: Ya está en vigor una normativa de calidad para el mercado exterior, pero hay que desarrollar un amplio esfuerzo para conseguir un producto de buena calidad en el mercado interior, así como para conseguir una marca unificada en la exportación, al menos por regiones, p. ej.: Canarias y Península. No obstante se han realizado, en esto último, tímidos avances al respecto, el más reciente el del logotipo recomendado por la Consejería de Agricultura de la Junta de Canarias para los productos canarios.

— *Falta de mayor regulación de la exportación*: que se solucionaría, por ejemplo, a través de una APA regional con la que se podría, además, obtener un trato preferencial de la C.E.E.

— *Dura competencia en los mercados* (Israel, Sudáfrica, la propia Península, Antillas francesas, países africanos y USA), por nuestros relativamente elevados costes de producción y transporte, paliados, en parte, por la recientemente aprobada subvención al transporte para los productos canarios comprendido entre el 30 y 50 %, según destino (véase Real Decreto 2945/1982 del B.O.E. del 12/XI/828). A este respecto, sería interesante, como ya se ha dicho por varios autores, conseguir la implantación de una organización común de mercado en la C.E.E., por si finalmente nos incorporamos a ella, hecho cuestionable todavía a nivel nacional y de forma más candente en Canarias. No es utópico pensar que si el desarrollo del aguacate prosigue en su ritmo ascendente y con un esfuerzo serio, tres países europeos podrían cubrir gran parte del mercado actual comunitario en diez años, esto es: España (Canarias y Sureste peninsular), Francia (Antillas y Córcega) y Portugal (Madeira y Sur del país). Incluso el sur de Grecia y algunas regiones italianas podrían aportar su granito de arena.

Nos cabe siempre, además, la posibilidad que debe estudiarse con rigor, de conseguir la siempre atractiva medida proteccionista en tiempos de crisis económica, de una reserva del mercado nacional bien total o parcial. Aunque hay opiniones muy dignas de respeto en contra, creo que

se ha perdido una gran oportunidad de mantener una reserva de mercado de «facto» por simple aplicación de la legislación fitopatológica, algo obsoleta pero vigente, que impide la importación de fruta fresca de otros continentes al país. Ciertamente que, en la realidad, existe un casi ínfimo riesgo fitopatológico en autorizar la entrada en España de frutos de aguacates, caso totalmente contrario al del mango (6), pero con la actual producción y expansión de las plantaciones en nuestro país, dicho capítulo de importaciones debería ser cada vez más cerrado.

Sobre el primero, se puede incidir bien a nivel de labores de cultivo, a nuestro juicio aceptablemente dominados en las islas o a nivel de cultivares. En este segundo sentido, mucho se puede hacer al respecto pues hay una gran proporción de «Fuerte» que es menos productivo que, por ejemplo, «Hass» y «Reed». Afortunadamente, y sobre todo gracias a la labor de las Cajas de Ahorro y Cabildos Insulares, se ha hecho un considerable esfuerzo para producir plantas de calidad de estos cultivares más productivos. Por otra parte, las técnicas de cambio de cultivares por injerto son bastante sencillas y están suficientemente divulgadas en las islas (1, 15).

Si bien se carece de información contrastada en Canarias, parece razonable estimar como perfectamente alcanzable un rendimiento en plena producción del orden de, al menos, 20 Tm./Ha. a tenor de lo obtenido en otros países. En relación a los precios, ellos son función de los mercados y en este sentido podemos señalar que el menor abastecimiento de los mismos, con aguacates de calidad, se produce en los meses de marzo a octubre y ello no sólo en el mercado local sino también en los mercados europeos (2). No obstante, el importante número de hectáreas plantadas en Israel, Sudáfrica e incluso en el Sureste español en los últimos años, hará que en el futuro se produzca, con toda probabilidad, cuando menos una estabilización, si no una baja, de los precios en los mercados europeos. Canarias cuenta, sin embargo, con algunas interesantes ventajas climáticas. De una parte, sus microclimas más cálidos, ubicados en cotas bajas de las vertientes Sur, permiten adelantar la recolección de algunos cultivares de aguacates, como p. ej. «Fuerte» que puede exportarse a partir del 15 de septiembre. Por otra parte, la suavidad del clima en vertiente Norte, permite que otros cultivares como «Hass» y «Reed» puedan ser recolectados, en algunas zonas, desde mayo hasta agosto. Ello es una circunstancia muy peculiar puestas tanto en Israel como en el Sureste peninsular, pueden producirse golpes de calor que afecten a la fruta y, por ello, rara vez recolectan más tarde del 1.º de abril. Subsisten, por supuesto, problemas de competencia con Sudáfrica que comercializa el grueso de su fruta en los meses de mayo a septiembre, pero por la lejanía de los mercados, este problema es menor. Como consecuencia, parece más aconsejable orientar las nuevas plantaciones hacia cultivares tardíos en todos los emplazamientos siendo posible, en zonas más cálidas, orientarse también hacia cultivares tempranos. No obstante, y para evitar problemas de polinización, no es aconsejable realizar plantaciones monovarietales.

Debemos señalar, además, como muy prometedor, el hecho de que el mercado peninsular sólo consume del orden de 20 grs./habitante y año, mientras que otros países europeos se acercan a los 100 grs. Aunque

se tarde en alcanzar los 540 grs./habitante y año que consume Francia (3) o los del orden de 1.300 grs. que consume Canarias o 1.670 grs. de Las Palmas de Gran Canaria (17), es evidente que con una adecuada promoción se podría desarrollar el mercado nacional de forma relativamente sencilla y espectacular (véase cuadro núm. 3).

CUADRO N.º 1.—SUPERFICIE DE AGUACATES EN CANARIAS EN 1981.
(FUENTE: CAMARAS AGRARIAS PROVINCIALES).

ISLA	MUNICIPIO	HAS.	ARBOLES DISEMINAD.
Gran Canaria	Agæete	32	3.900
	Guía	1	350
	Telde	35	3.100
	Galdar	—	3.500
	Mogan	41	13.000
	Moya	1	1.000
	San Nicolás	4	1.750
	San Mateo	1	—
	Ingenio	4	600
	Santa Lucía	1	150
	Teror	—	245
	Arucas	11	2.500
	Agüimes	1	3.000
	L. P. Gran Granaria	3	—
	Valsequillo	5	400
Firgas	11	55	
TOTAL ISLA GRAN CANARIA		151	35.750
Fuerteventura	Puerto Rosario	—	2.600
	Pájara	—	25
TOTAL ISLA FUERTEVENTURA		—	2.625
TOTAL PROVINCIA LAS PALMAS DE GRAN CANARIA		151	38.375
TOTAL REGION CANARIA		644	70.108

CUADRO N.º 2.—EXPORTACION CANARIA, EN TM., DE AGUACATES EN LAS DOS ULTIMAS CAMPAÑAS (FUENTE: A.C.E.T.O.)

CAMPAÑA	DESTINO	PROVINCIA		Total Región
		S/c de Tenerife	L. P. Gran Canaria	
1.980/81	Extranjero	575	212	787
	Península	112	61	173
	TOTAL	687	273	960
1.981/82	Extranjero	420	132	552
	Península	630	19	649
	TOTAL	1.050	151	1.201

CUADRO N.º 3.—POSIBILIDADES DE CONSUMO MERCADO NACIONAL ESPAÑOL BAJO VARIAS HIPOTESIS.

Consumo (Gr./habitante y año)	Consumo (x) Total (T/m año)	Superficie de Cultivo Equivalente (Has.)	
		(1)	(2)
100 (Varios países europeos)	3.700	370	185
540 (Francia)	19.980	1.998	999
1.300 (Canarias)	48.100	4.810	2.045
1.670 (Las Palmas)	61.790	6.179	3.090

(*) Supuesto de 37.000.000 habitantes.

(1) Supuesto de producción de 10 Tm./Ha.

(2) Supuesto de producción de 20 Tm./Ha.

BIBLIOGRAFIA

- (1) ALVAREZ DE LA PEÑA, F. J.: 1975. El Aguacate. Publicaciones Extensión Agraria. Madrid.
- (2) ANON., 1982. Fruit Tropicaux. Troubles de croissance d'un marche nouveau. Afrique Agriculture 85: 23-30.
- (3) CALATRAVA REQUENA, J.: 1982. Los regadíos del litoral mediterráneo andaluz, realidad problemática de una agricultura de vanguardia. ICE. Febrero 82: 67-87.
- (4) CIORANESCU, A.: 1963. Thomas Nichols, Mercader de azúcar, hispanista y hereje con la edición y traducción de su descripción de las Islas Afortunadas (1583), Monografías del Instituto de Estudios Canarios. Sección I. Vol. XIX.
- (5) GALAN SAUCO, V. et al.: 1982. Revisión bibliográfica de las plagas y enfermedades que atacan al mango (*Mangifera indica* Linn.) y principales cultivos a los que afectan. Plagas y enfermedades detectadas en Canarias. Comunicaciones INIA. Protección Vegetal núm. 18.
- (6) GALAN SAUCO, V., y D. FERNANDEZ GALVAN: Evaluación de la población local de aguacates antillanos de la isla de La Gomera. Publicaciones INIA. En Prensa.
- (7) GALAN SAUCO, V., y J. GARCIA SAMARIN: 1982. Informe Viaje a Venezuela, Martinica y Florida. Biblioteca INICIA. CRIDA-11.
- (8) GARCIA CABEZON, A.: 1963. Variedades nuevas de aguacates obtenidas en Tenerife. Bol. INIA XXIII (49): 203-206.
- (9) ———— 1975. Historia, área de origen e importancia del aguacate en el mundo. Historia de la introducción del aguacate en Canarias. Conferencia i Curso sobre Fruticultura Tropical y Subtropical. EITA. Universidad de La Laguna.
- (10) OCHSE, J.J. et al.: 1972. Cultivo y mejoramiento de plantas tropicales y subtropicales. Limusa. Wiley, S. A. México.
- (11) PEREZ, V., et P. SAGOT: 1867. De la végétation aux Iles Canaries des plantes de pays tempérés et des plantes des régions intertropicales et physionomie générale de leur agriculture. Extrait du Journal de l'agriculture des pays chauds. 1865-1866. Paris.
- (12) POPENOE, W.: 1963. Early history of the avocado. Calif. Avoc. Soc. Yrbk. 47: 19-24.
- (13) PURSEGLOVE, J.W.: 1968. Tropical Crops Dicots. John Wiley and Son. New York.
- (14) QUINTANA CABRERA, N.: 1979. Top-working o cambio de variedad en plantaciones adultas. Xoba 3 (1): 10-15.
- (15) RODRIGUEZ GARCIA, V.: 1979. La historia del Jardín Botánico de Tenerife en el siglo XVIII. Las fuentes documentales del Archivo General de Indias de Sevilla. Cabildo insular de Gran Canaria. Saprata aparte del Libro II Coloquio de Histotria Canaria Americana 1977. Tomo II.
- (16) ROLO RODRIGUEZ, E.: 1981. Análisis del mercado del aguacate. Departamento de Economía y Desarrollo Agrario. INIA. CRIDA-11. Las Palmas de Gran Canaria.
- (17) VIERA Y CLAVIJO: 1866. Diccionario de Historia Natural de las Islas Canarias, Ed. Facsimil 1942. Santa Cruz de Tenerife.

**MESA REDONDA: CONTROL DE MADURACION DEL AGUACATE.
NORMAS DE CALIDAD. SU APLICACION.**

MODERADOR: MANUEL RODRIGUEZ GARCIA, Director Provincial del MAPA.

PONENTES: ENRIQUE GRANA ENCISO, Jefe del Departamento de Cultivos Subtropicales. INIA. Málaga.

MIGUEL VILCHEZ BARROS, Jefe del SOIVRE. Granada.

EMILIO GARCIA QUEVEDO. Gerente SAT. Churriana.

ANGEL SALAZAR GORDO, Gerente Merco-Granada. Motril.

JOSE ANTONIO BUSTOS FERNANDEZ, Presidente Cooperativa COOFRUTAL. Almuñécar.

MESA REDONDA: CONTROL DE MADURACION DEL AGUACATE. NORMAS DE CALIDAD. SU APLICACION.

MODERADOR: MANUEL RODRIGUEZ GARCIA.

Antes de entrar en el tema, deseo aclarar un pequeño cambio en el programa y es que don Luis Sarasola no va a pronunciar su charla, prevista para mañana.

Y quiero decir a Vds. muy brevemente, quién es don Luis Sarasola puesto que mañana, aunque no esté presente la Junta de Andalucía le va a donar una placā y vamos todos a rendirle un pequeño homenaje.

Cuando se escriba la historia del aguacate como industria moderna de producción agrícola, manipulación y comercialización, varias personas quedarán reflejadas como protagonistas en los tres países principales cultivadores donde el aguacate ha tomado un gran auge como cultivo moderno en lo que va de siglo: Wilson Popenoe en California, el Dr. Oppenheimer en Israel (estoy seguro que esta historia incluirá también a nuestro amigo Shachar, aquí presente) y los señores MAGDAHL y SARASOLA y GARCIA CABEZON en España, los dos primeros en la península y el último en las Canarias.

La persona que hizo la primera plantación regular de aguacates en Almuñécar, por el año 1958, y que tuvo que resolver los primeros problemas técnicos, buscar las semillas, etc., fue don Luis Sarasola, Quizá el único superviviente hoy día de aquel grupo de hombres que hemos citado, todos los cuales se conocieron y estuvieron en contacto y vinieron por Almuñécar aquellos años.

Por estas razones y porque el cultivo del aguacate en la Península va tan rápido que desde aquella primera plantación hasta ahora tenemos ya cerca de 4.000 Has., y a pesar de los pocos años transcurridos muchos no conocen cómo fueron los orígenes, queríamos que don Luis Sarasola, a quien mañana vamos a rendir homenaje, nos contara sus experiencias personalmente.

Pero no puede venir por problemas de salud, aunque ha prometido enviarnos un texto escrito que debería publicarse junto con lo que aquí se está diciendo, y, por tanto, mañana, en vez de tres conferencias, habrá sólo dos.

Aclarado esto, pasemos al tema de esta Mesa Redonda que es el Control de la Maduración del Aguacate, título en el que queremos incluir todo el proceso desde que el agricultor corta el fruto hasta que llega al consumidor, y cómo debería de hacerse todo esto para que el aguacate llegue en perfecto estado al consumo.

En este proceso están implicados los agricultores, puesto que son ellos los que cosechan el fruto y no siempre se hace esto en el preciso momento que sería el idóneo; están implicados los comerciantes, pues tienen que hacer la manipulación y transporte y también varía mucho la calidad del fruto dependiente de como se haga todo ello, la temperatura del fruto, el cuidado que se tenga en cada operación, etc. Y también está implicada la Administración que dicta Normas de Calidad para el mercado Interior y Exterior y es responsable de su cumplimiento obligatorio.

Evidentemente, es un tema complejo, puesto que hay muchas personas o equipos o sectores implicados. Yo, personalmente, he asistido a reuniones en las que el tema de la falta de madurez del aguacate se ha utilizado como arma arrojadiza de unos sectores contra otros y, por supuesto, contra nosotros, la Administración como suele ser costumbre en nuestros lares, y, necesariamente, cuando hay tantos posibles culpables es porque el tema es muy complejo y de difícil solución.

Entendemos que la solución sólo se puede alcanzar mediante una organización seria y responsable de los sectores implicados y la aplicación rigurosa de una autodisciplina, así como unas relaciones de colaboración y exigencia entre todos los sectores. Por supuesto, lo más difícil y quizá lo más importante es que los agricultores se organicen lo que, desgraciadamente, requerirá tiempo.

El objetivo inmediato de esta Mesa es que se expliquen las distintas posturas y dar la mayor información posible. Con esta idea yo había pedido la colaboración de don Enrique Grana, Director del Centro de Cultivos Subtropicales de Málaga, persona muy vinculada al aguacate desde sus comienzos y que lleva controlando con series de análisis desde hace dos años la maduración del aguacate. También tenemos entre nosotros a don Miguel Vílchez, Jefe Provincial del Centro de Inspección del Comercio Exterior en Granada, a quien todos conocen. Habíamos pensado en una representación de los exportadores, y llamamos a don Emilio García Quevedo, gerente del SAT de Churriana, que ha sido este año el exportador líder con 500.000 Kg. exportados y no 500.000 Tm., como dice el programa por error, y a don Angel Salazar, gerente de Mercogranada-Motril, que es el mayor exportador de la provincia de Granada.

También queríamos que estuvieran aquí presentes dos agricultores, y la dificultad estaba en su representatividad.

Se lo propuse a dos conocidos y prestigiosos agricultores que aceptaron y que aparecen en el programa; ambos están aquí en la sala, pero me han pedido sentarse entre ustedes, aunque intervendrán en el debate como si estuvieran en la mesa.

Así que vamos a intentar tener una visión lo más completa posible sobre el tema, y le cedo la palabra ya a don Enrique Grana.

ENRIQUE GRANA ENCISO

En Málaga, y yo creo que también en la Costa de Granada, igual que antes ha dicho Víctor Galán, respecto a las Canarias, existían una serie de árboles traídos por personas que estuvieron en América, y al volver trajeron una serie de plantas para su jardín, entre los cuales se encontraban un cierto número de aguacates.

Ello ha servido para que modernamente cuando ya el fruto se ha ido a comercializar de una forma más racional nos encontráramos con un árbol que no era desconocido en esta zona y que a la vez muchos han servido como semillero para poder organizar estos primeros viveros incipientes.

Al traer nuevas variedades, que se introdujeron, como se ha dicho muy bien, don Manuel Rodríguez, por el señor Magdahl y el señor Sa-

Rasola, se planteó cuándo este aguacate podía ser comido, cuándo estaba en plenitud para ser tomado.

El aguacate, como todos sabéis, tiene dos momentos que podríamos llamar de maduración; la maduración comercial y la maduración que yo llamaría gustativa. Si nosotros a partir de un determinado tiempo cogemos un fruto del árbol, ese fruto efectivamente se va a poner blanco y se va a poder comer, pero, cuando ese fruto se come, no siempre a todo el mundo le gusta, no tienen una aceptación definitiva.

Cuando un fruto, sin embargo, tiene su madurez gustativa, como yo le llamo, la piel vira un poco de color, pierde un poco de brillo, en fin, los que están acostumbrados y están en el huerto saben que este aguacate ha madurado, entonces lo pueden coger y es cuando tienen la plenitud de sabor y de olor que puede tener esa variedad.

Estudiando la maduración, para evitar el que fuera un arma arrojadiza como ha dicho el Moderador, había que llegar a unas normas determinadas para que se pudiera decir que legalmente un fruto está maduro. El fruto puede estar legalmente maduro y puede estar malísimo, son dos cosas que no tienen por qué ir parejas, pero tenemos un mínimo por el cual ustedes pueden coger el fruto y decir «bueno este fruto ya es exportable o ya es comercializable», porque ya cumple unas normas de calidad establecidas.

Normas de calidad que hay que fijarlas, pero normas de calidad que el agricultor también tiene que realizar durante la recolección.

Yo diría que una buena recolección es lo que puede dar origen a que cumpliendo las normas de calidad establecidas en el B.O.E. llegue al aguacate en plenitud de sabor al mercado; las normas de calidad empiezan con una cosecha hecha con esmero, cogiendo el fruto con la mano sin golpearlo, cortándole el rabo adecuadamente y no tirando para que no se produzcan entradas o heridas en la piel que puedan ser puertas abiertas a los hongos más adelante; lo ideal sería que en la finca hubiera una pequeña cámara de pre-refrigeración para que los aguacates recién cogidos se puedan enfriar y quitarles el calor con lo cual la conservación se alarga mucho; si esto no es posible habría que procurar que al final del día ese fruto duerma en una cámara de refrigeración sea de la cooperativa o del comprador de los aguacates. Entonces, si el proceso se hace bajo frío, pueden ustedes tener seguridad que cuando llega al comercio estará en toda su plenitud y con un largo período, según las variedades, para que el comerciante pueda defenderlo en el puesto.

De otra forma, los comerciantes protestan, pues dicen que se les maduran o que les llegan sobremaduros, y que ellos no tienen los días necesarios para defender esa fruta y, a lo mejor, en dos o tres días se les han puesto blandos y los tienen que tirar.

No es que el exportador o el agricultor lleve bien el fruto hasta el puesto de detall, es que lo tiene que llevar de modo que esté bien allí una serie de días; porque, si no, este señor no puede defender la mercancía, entonces va a bajar el precio rápidamente para poder salir de ella, con lo cual se perjudica ya toda la cadena del sector que entra en el manejo de este aguacate.

Si nosotros ponemos nuestro mejor cuidado para que la recolección se haga en las debidas condiciones, ya los que nos queda únicamente, como agricultores, es cumplir las normas establecidas en el B.O.E. para maduración.

Claro, yo diría que estas normas son mínimas y, por tanto, todo aquel que las cumple está dentro de la ley, pero no quiere decir que cuando el sector se organice no exija más que estas normas; se pueden exigir unos calendarios donde, efectivamente, una fruta empiece con el nueve o el diez por ciento de grasa, pero que por ejemplo un aguacate Hass no se debe coger hasta que tenga el 17 o el 18% ,porque un aguacate Hass que ustedes todos lo conocen y han probado con el 10 ó el 12% de grasa no se parece en absoluto a un aguacate que tiene el 17 ó el 18% ó el veintitantos por ciento de grasa.

Para hallar estas normas mínimas se ha establecido en otros países como norma a la que atenerse, el contenido en grasa, puesto que al ir madurando el aguacate va aumentando su nivel de grasa.

Hubo grandes discusiones sobre el nivel de grasa a tomar; nosotros hicimos una serie de análisis comparando la grasa con la degustación de la fruta, y llegábamos a unos niveles de grasa, relativamente alto, con relación a lo que había en el mercado internacional.

Posteriormente, quizá, se impuso el criterio de que al tener que estar en el comercio, hay que estar también con las normas que tiene la competencia en este comercio; por lo tanto se rebajaron por el sector agricultor las necesidades que ellos querían de grasa y éstas se fijaron, creo que, en el 9 por ciento.

Los métodos para definir la grasa es ahora lo que nos ha estado ocupando durante varios años, puesto que el aguacate tenía sus dificultades para realizar un método de análisis rápido, y este método tenía que ser rápido, puesto que tenía que ser propicio para llegar un camión a un puesto, detenerse, hacer los análisis correspondientes y que siguiera el camión rumbo a destino. Por ello, una de las principales metas en los métodos de análisis de grasa en esta fruta era la rapidez.

El método tradicional para análisis de grasa es el Soxhlet, que es por disolución; se disuelve la grasa en un éter, se evapora el éter y se pesa la grasa que tenía disuelta. Este es un método muy lento, muy exacto, pero fácilmente se le van a usted quince horas para desarrollarlo. Por tanto no servía.

Había otro método que utilizaban los americanos que es de refracción por el cual se comprobaba un aceite determinado, una grasa determinada, con un índice de refracción determinado se pesaban cinco gramos, se mezclaban con otros cinco gramos de aguacate, se machacaban y se homogeneizaban perfectamente y luego teniendo también como patrón el aceite de aguacate, se echaba una gota en el refractómetro y se obtenía una refracción que, llevada a una tabla, se podía ver la grasa que tenía el aguacate.

Este método tiene también una dificultad, y es que tiene, quizá, poca exactitud, aunque sí rapidez; tenía una duración aproximadamente de unos

veinte minutos; lo que no estaba mal para la rapidez que nosotros necesitábamos, pero había que encontrar también el aceite «Hallowax», que aquí costaba bastante trabajo el encontrarlo y que en EE. UU. también ha ido costando trabajo encontrarlo, puesto que ya, a partir del 1 de enero de este año, el análisis este que era oficial en EE. UU., y llevaba muchos años siéndolo, ha dejado de serlo y ha sido sustituido por el otro que nosotros estábamos estudiando.

Había también un método de resonancia magnética nuclear que es un método también bastante rápido, bastante exacto, pero que exige la compra de unos aparatos costosos y unos operarios bastantes especializados y, por lo tanto, en cada punto había que crear un laboratorio que iba a costar algunos millones de pesetas, y con la cantidad de laboratorios que habría que poner, es un método que tampoco parecía adecuado.

Y por fin llegó el que últimamente se había estudiado más, que lo habían estudiado en África del Sur, y que lo habían estudiado también en EE. UU. el Doctor Yhum, antes de morir, y que era el método de la constante agua más aceite.

Si se evapora el agua o se seca la materia seca del aguacate, el método parte de la base de que la materia seca total es constante, puesto que el agua es constante; es una constancia relativa, puesto que siempre puede haber una variación de 2 puntos ó 2 y medio, según las zonas, según cómo está cogida la fruta, pero que en proporción total está en una variación pequeñísima con relación a lo que nos hace falta.

Siento decir que a la muerte del Doctor Yhum estaba él disconforme también con este método, estudiando la forma de encontrar otro método que, uniendo los caracteres organolépticos de la fruta, se pudiera encontrar una constante a analizar que estuviera de acuerdo con esa madurez gustativa que yo decía antes; llevaba en marcha una serie de ensayos y de pruebas y de mesas de degustación para intentar unir eso con una constante que no logró encontrar, ante su muerte.

Nosotros hemos hecho comprobaciones del método éste, ya traducido del trabajo del Doctor Yhum, precisamente, teniendo como elemento primordial un horno de microondas, y, para que salga homogénea la desecación en el horno, partimos el aguacate en dos mitades, se pela la cáscara, se quita la semilla, se quita también la cutícula de la semilla y se cogen tres rajadas de 2 milímetros, exactamente, de grueso.

Esto se pone en un plato de balanza, se mete en el microondas, tiene que ser un plato de cerámica mejor que el de vidrio, porque se calienta mucho; el secado es muy rápido y no hay oxidación en la pulpa. Esto es importante porque cuando hemos intentado hacerlo en la estufa nos hemos encontrado con que aparte de tardar mucho más en secarse, del orden de 4 horas en secar estas rajadas de aguacate, el aguacate que ha salido de la estufa seco, estaba oscuro; esta oscuridad puede ser debida a una oxidación y si es así puede haber un aumento de peso en vez de una reducción; o sea, que puede haber un aumento de peso de la materia seca que debía haber, ha evaporado una humedad, pero no ha quedado en lo que debía quedar.

Al hacerlo hemos estado llegando a ver qué tiempo era el que tenía que estar en el microondas, llegando a la conclusión de que a los diez

minutos el peso ya era constante; o sea, que la humedad había desaparecido y la muestra estaba completamente seca.

Una vez hecho esto, tenemos ya tres muestras, lo volvemos a hacer en tres platos distintos, y entonces al secarse tenemos nueve rajitas que se vuelven a pesar todas para evitar equivocaciones y ya se muelen hasta desmenuzarse totalmente. A partir de ahí tomamos una cantidad determinada, que va al Soxhlet y se halla la grasa.

El método en sí, el método comercial, terminaría en secar las muestras de aguacate. Al secar las muestras de aguacate, se llega a una materia seca que es aceite más el resto y que es lo que parece casi constante, puesto que la diferencia viene a ser de dos puntos a dos puntos y medio en el total de toda la fruta.

Nosotros para comprobar si esto era constante o no, después de secado, hemos obtenido la grasa total, hemos hecho del orden de 382 análisis y se ha comprobado, en una serie de datos muy largo, que, efectivamente, esa era la diferencia en las distintas variedades.

Hemos hecho también del orden de 1.146 análisis de materia seca, y hemos obtenido, de tres zonas distintas, una en la Estación de Cártama, otra en la zona de Vélez-Málaga y otra en la misma Málaga, muy cerca del aeropuerto, que la media de todas, de aceite más agua, para la variedad Fuerte, era, en Cártama el 89,97, en Vélez el 89,40 y en Málaga el 89,41; de modo que, ustedes verán, que la constante agua más aceite es parecidísima en todas; en la variedad Bacón, tenemos en Cártama en 51 análisis 90,08, y en Vélez el 89,47; aquí hay 75 centésimas de diferencia; en la variedad Zutano en Cártama teníamos 91,04 y en Málaga 90,70, también 74 centésimas; en la variedad Hass, en Cártama teníamos 89,15, en Vélez teníamos 89,01 y en Málaga 89,16; verán ustedes que aquí no hay más que quince centésimas de diferencia entre unas zonas y otras.

Creo que con este método que hemos tenido la satisfacción de ver que ha sido también adoptado como obligatorio desde el 1 de marzo, o sea desde hace dieciséis días, en E.E.U.U. se ha resuelto, al menos por el momento, el problema de hacer un análisis rápido y eficaz de la grasa del aguacate. Si el futuro nos depara una nueva investigación donde se continúe lo que estaba haciendo el Doctor Yhum y se pueda unir este mínimo de grasa con otros caracteres que puedan dar la garantía de que ese aguacate tiene ya unas cualidades gustativas mejor es una incógnita que tenemos que esperar que se resuelva afirmativamente.

MIGUEL VILCHES

—El SOIVRE, Servicio al que represento en Granada, es el Servicio Oficial de Inspección y Normalización del Comercio Exterior en nuestro país.

Para la realización de sus dos funciones básicas —la inspección o control de calidad y la normalización de nuestro comercio exterior—, cuenta con treinta Centros de Inspección del Comercio Exterior repartidos por todo el territorio peninsular e insular.

Para la actuación inspectora se dispone de un centenar de Puntos de Inspección, que, de acuerdo con el medio de transporte habitual en ellos,

pueden ser puertos marítimos, estaciones de ferrocarril, estaciones de camiones, aeropuertos, o estaciones polivalente. Me interesa distinguir, por su ubicación, los puntos de inspección en origen localizados en el entorno de las zonas de producción, y los puntos de inspección en frontera.

Bien los Centros de Inspección del Comercio Exterior, o bien los Puntos de Inspección dependientes de ellos, disponen de laboratorios de control de calidad, equipados para realizar las determinaciones necesarias en aquellos productos de presencia más habitual en las exportaciones de la zona.

La Inspección se realiza mediante muestreo de la partida, y estadísticamente se sigue el sistema de inspección doble, que consiste en aceptar la aptitud de la mercancía para la exportación si la muestra cumple las exigencias de la norma de calidad, y en rechazar tal aptitud si no las cumple. Pero en este caso, el exportador dispone de la posibilidad de solicitar una **segunda inspección**, a realizar sobre una segunda muestra, y cuyo resultado será el definitivo.

Para la actuación normalizadora, se elabora un proyecto de norma que es sometido a la crítica de los diferentes Centros de Inspección y del Sector Exportador del producto en cuestión en las distintas zonas de tradición productora o exportadora de dicho producto, y se reelabora el proyecto con las observaciones realizadas, y tras una discusión final se procede a la aprobación de la Norma de Calidad para el Comercio Exterior del Producto, que es sancionada y promulgada por la autoridad comercial.

Dicha norma constituye el punto de referencia obligado para el exportador en la tipificación de sus envíos y para los Servicios Oficiales de Inspección para el control de calidad de todas las partidas objeto de exportación.

En el caso de que exista norma internacional elaborada por el Régimen de la O.C.D.E. para la Aplicación de la Normalización Internacional para Frutas y Hortalizas, la participación y aceptación españolas, nuestra norma de calidad para comercio exterior se adecúa al texto internacional, de obligado cumplimiento tanto para países suministradores como receptores, constituyendo un lenguaje común para el comercio internacional y en este caso exigencias peculiares de nuestra producción o comercio, se recogen en una Disposición Complementaria, que se suma a la anterior.

En el aguacate, la actuación del SOIVRE ha seguido este mismo proceso.

Coincidiendo con la celebración de la anterior edición de este Seminario, que canalizó muchas inquietudes existentes en los medios próximos al aguacate, se estudiaba en la primera mitad de 1981, por los sectores exportadores de Granada, Málaga y Canarias, el proyecto de la Norma española de calidad para el Comercio Exterior de Aguacates, que tras las modificaciones aportadas era finalmente discutida en una reunión conjunta en el entonces Ministerio de Economía y Comercio y sancionada por la autoridad competente, era publicada en el Boletín Oficial del Estado, entrando en vigor para la campaña 81/82.

No estará de más recordar que la razón próxima de la iniciativa normalizadora fue el salto experimentado en la campaña 80/81 en el volumen

de nuestros envíos al exterior especialmente a FRANCIA, como consecuencia de la crisis habida en la cosecha israelita, y los informes recibidos de la Oficina Comercial de nuestra Embajada en París relativos a diferentes defectos de presentación y calidad interna de nuestros envíos, particularmente referidos a su falta de madurez.

Para la fijación del criterio de madurez en nuestra norma de calidad frente al exterior se plantea con tres preguntas:

- 1.º ¿Qué criterio de madurez se acepta como válido para el Aguacate?
- 2.º ¿Qué método de determinación resulta el más adecuado?
- 3.º ¿Qué nivel de exigencia se fija como mínimo?

Cuanto hablamos se refiere a los aguacates de raza mexicana, guatemalteca, y sus híbridos, puesto que el aceite no es índice de madurez en los aguacates de raza antillana.

Como quiera que el señor Grana ha explicado ya la complementariedad de los contenidos de Aceite y Humedad del fruto para una misma variedad y zona de producción, y las ventajas e inconvenientes de los distintos métodos analíticos para la determinación de uno y otro parámetro, quisiera comentar ahora los criterios que se manejan para fijar en nuestra norma el 5 % de contenido en aceite como índice mínimo de madurez exigible a nuestro aguacate de exportación.

En primer lugar resultaba obligada la referencia a la práctica común en aquellos países tradicionales productores y exportadores de aguacates como USA e Israel, que utilizaban como criterio el aceite en ambos casos, como método de determinación el Hallowax y como nivel mínimo de exigencia el 8 %.

En segundo lugar resultaba generalizado el sentir de que nuestra exportación se reglamentara sobre la base de una mayor exigencia cualitativa, posible por nuestra situación geográfica de mayor proximidad a los mercados europeos respecto a otros proveedores habituales. Los plazos de transporte y distribución más cortos en nuestro caso permitirán con esa mayor exigencia de madurez un mejor acabado de la fruta en árbol, que consecuencia de la fisiología de post recolección conduciría a unos mejores caracteres gustativos para el consumidor.

Para los exigentes cabe decir que en cualquier caso este nivel de madurez mínima para la exportación de nuestros aguacates se controla en la fase del despacho de la mercancía, por lo que no se entiende como madurez gustativa, que se alcanzará con un contenido de aceite mayor, sino que se trata de una madurez comercial que permita la evolución de la fruta en el plazo de transporte y distribución en destino a esa madurez gustativa adecuada para el consumidor. Obviamente esta madurez gustativa obtenida en mayor medida en árbol alcanzará mayor nivel de sabor y aroma, pero reducirá sus posibilidades de comercialización en el espacio y en el tiempo a costos competitivos.

Se planteó la cuestión de fijar un nivel mínimo para cada variedad y zona de producción, y se optó por un nivel mínimo para todos los casos

que garantizara esa adecuada evolución de la fruta hasta su consumo. Para alguna variedad se piensa que en determinadas campañas agrícolas por razones climatológicas o en ciertas campañas de exportación por la situación de los mercados, ese nivel mínimo podría ser más elevado, lo que resulta compatible con nuestra norma.

En cuanto a la variedad posible en la maduración en las distintas zonas productoras, se tiene en cuenta anualmente al fijarse las fechas de iniciación de las exportaciones para las variedades tempranas por un lado y para las variedades Hass por otro en sendas reuniones de la Comisión Consultiva Sectorial pero la Exportación de aguacate.

La Comisión Consultiva es un medio del que dispone la Administración para adoptar las propuestas del Coordinador Nacional y otras medidas que estime conveniente para la Campaña de Exportación, con la participación y el acuerdo del sector exportador en ella representado.

Como quiera que hasta el momento las Asociaciones Provinciales de Exportadores de Aguacate de Granada y Málaga están en fase de constitución, en las dos sesiones habidas de la Consultiva en la campaña 81/82 y en las dos celebradas para esta campaña 82/83 se ha citado a todos y cada uno de los exportadores peninsulares, contándose con una asistencia generalizada. Los exportadores canarios han estado representados por los cargos de sus asociaciones.

El Coordinador Nacional para la Exportación del Aguacate, al igual que en otros productos, es un Inspector del SOIVRE destinado en alguna de las zonas exportadoras para seguir con más intensidad, por proximidad y contacto, las perspectivas y evolución de las campañas. Entre sus funciones se encuentra la de propuesta a la Consultiva de las medidas a adoptar para la campaña en relación con la normalización e inspección del producto.

Así, se han propuesto, para una mayor agilidad en el despacho de la mercancía, las correspondientes niveles de humedad para cada variedad en correspondencia al 9 % de aceite, y en base a la correspondiente suma de aceite y humedad. Coeficiente correlación 0,99. En la campaña 81/82 se determinó la humedad por el método Dean-Stark según nuestra media y en la campaña 82/83 por el método del Horno de Microondas, calibre a calibre.

Se han propuesto las fechas de iniciación de las exportaciones para cada variedad acogiendo las demandas del sector exportador y ponderando los tres criterios siguientes:

1.º Que a partir de esa fecha pueda producirse continuidad en los envíos, esto es, que no se trate de unas partidas aisladas las que están en condiciones de salir para después esperar un tiempo, produciéndose una interrupción en los envíos, y un vacío en destino.

2.º Que las muestras de campo analizadas en los laboratorios del SOIVRE permitan confirmar la estimación de madurez para la fecha propuesta.

3.º Que entre variedades diferentes se pueda producir un enlace que garantice la continuidad de la presencia del aguacate español en destino, pero de tal suerte que no se produzca una superposición de variedades

que dé al traste con las cotizaciones de la variedad menos favorecida en cada país por las preferencias del consumidor.

Finalmente, y en el ámbito de esta Mesa Redonda sobre la Maduración del Aguacate, se han propuesto a la Consultiva los períodos y puntos de inspección obligatorios en Origen para las diferentes variedades que pretenden un mejor conocimiento del estado de la fruta por los inspectores mediante visitas al campo y almacenes de confección, la realización sistemática de las determinaciones analíticas requeridas y el menor perjuicio para el exportador ante la eventualidad de un rechace dada la mayor proximidad de las estaciones de revisión en origen a los almacenes de confección, en relación con los puntos de inspección en frontera o en el trayecto hacia frontera.

Adoptadas estas medidas en el ámbito de sus competencias normalizadoras, la inspección se realiza en base a ellas y en la forma que Indicaba al iniciar esta intervención.

Como quiera que la Norma Internacional de Aguacate, elaborada en la OCDE en las sesiones de trabajo de la 25, 26 y 27 Reunión Plenaria, celebradas en otoño 81, primavera 82 y otoño 82, esta última en Granada, con posterioridad a la promulgación de la norma española, se ha pretendido incorporar al texto internacional los criterios recogidos en nuestra norma, para lo cual se han mantenido reuniones de trabajo entre los representantes españoles e israelitas, ponentes estos últimos del proyecto en la Plenaria, que han aceptado buena parte de nuestras modificaciones. Desafortunadamente la reserva de un solo país impide la promulgación de la Norma Internacional en el aspecto sujeto a reserva y este ha sido el caso en relación con la madurez en aguacates a pesar de la coincidencia en las posiciones española e israelita, por lo que en un período de dos años la norma Internacional se resiste en este aspecto a las disposiciones particulares de cada país, esto es, a las normas nacionales.

En las tareas de apoyo a la D. G. de Exportación, en la que se encuadra el servicio, hay que incluir finalmente las relativas a las propuestas del coordinador para incluir la promoción exterior de aguacate en las medidas de fomento a la exportación Institucionalizadas por el Gobierno antes y tras la creación del INFE —Instituto Nacional de Fomento a la Exportación— que se produjo el pasado año, y del que contamos entre nosotros con un representante cuya Información sobre las posibles acciones del Instituto en beneficio de las exportaciones de aguacates, ha sido expuesta en este simlnario.

Sólo me resta agradecer a la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, su invitación a participar en esta Mesa Redonda por la posibilidad que ha representado de contar a ustedes, aunque sea de forma resumida, la labor realizada por el SOIVRE en relación con el control de madurez en la exportación de aguacates en las dos últimas campañas, e igualmente agradecer a ustedes el escucharme, dándoles la seguridad de que también yo sabré escucharles en el coloquio cuanto puedan aportar para mantener y mejorar la actuación del servicio en el futuro. Nada más.

Moderador:

La opinión de los representantes de los exportadores que nos acompañan en la Mesa es que abramos el diálogo en este momento, y que ellos van a intervenir en el curso del debate; yo, quizá para animar las primeras preguntas, voy a hacer algunas consideraciones: los agricultores alegan que ellos tienen que recoger la fruta o cosecharla cuando tienen alguien que se la compra, eso es evidente, sin embargo, la costumbre es cosechar todos los frutos de un árbol de una pasada y sin embargo en los árboles hay frutos en distintos grados de maduración no solamente por el tamaño, sino porque además son de flores que han abierto en distintas épocas; entonces eso quizá, no sea lo más recomendable, lo someto a debate.

Se ha comentado por ejemplo, que ha habido algunos camiones que no han dado la prueba favorable que exigía el SOIVRE y se han tenido que retener algún tiempo; cuando ya han dado la prueba esos aguacates que no estaban todavía maduros, de acuerdo con los criterios expuestos, al llegar a destino se han quejado de que ya han llegado sobremaduros porque el resto de la mercancía estaba ya madura efectivamente desde un principio.

Los comerciantes alegan que por razones de estrategia comercial ineludible ellos tienen que servir al cliente cuando el cliente lo pide y así lo exige y por eso tienen que anticipar de alguna manera los envíos; en fin yo creo que hay muchos temas para ser debatidos. Vamos a iniciar, por tanto, el DEBATE:

JOSE ANTONIO BUSTOS

—Soy José Antonio Bustos, el labrador que figuraba en la Mesa, dentro del programa. Ante todo se me ocurre felicitar a los organizadores del homenaje a don Luis Sarasola, porque yo que conozco bien a don Luis, sé que el sector aguacatero le debe mucho por ser un hombre singular en muchas facetas; yo a título personal doy las gracias porque creo que se hace justicia a don Luis Sarasola esta vez.

En cuanto a maduración y demás se me ocurre como tema de debate; porque antes de que comiencen los demás, es el de la Conferencia de esta mañana, y me parecen todos muy bien y el diálogo abierto y demás, pero basándome en los datos estadísticos que ha dicho el señor Calatrava, veo que ya tenemos producción en España para abastecer, vamos que nos sobran aguacates; yo lo que quiero decir es en defensa de los labradores, a los comerciantes les tengo un respeto absoluto, y si no existieran habría que crearlos; ahora los tenemos y buenos; pero se me ocurre pensar si dice, las 4.000 Tm. aproximadamente que ha dicho que ya tenemos en marzo del 83, y tendríamos que consumir 100 gramos por habitante, que no llegamos, pues nos sobran; ¿no se podría conseguir que el mercado nacional se reserve para nuestra producción nacional y no haya que traer de Africa del Sur o por ahí?, yo es como tema de debate, si es que os parece bien; yo creo que nos parece muy bien a los labradores.

ANGEL SALAZAR

—Yo creo que esa pregunta es muy fácil de contestar, me parece a mí; yo creo que cuando vienen los aguacates de Africa del Sur no hay prácticamente aguacates en España, pero vamos no soy especialista en este tema.

JOSE ANTONIO BUSTOS

—Tenemos variedades que aguantan hasta final de verano.

ANGEL SALAZAR

—Bueno puede ser, pero no en cuanto a producción, no en cuanto a cantidades; eso será un tema que por sí sólo se acabará cuando haya cantidades suficientes como para que no haya que importar; pero creo que una importación de aguacates en los momentos que aquí no haya, puede mantener una clientela que de otra forma tendría un detrimento en el consumo, o que incluso se les podía olvidar que existía aguacate. Vamos, ya digo que no soy especialista, pero creo que eso está claro que hasta el momento actual no ha habido cantidad de aguacate en los meses de verano que es normalmente o en los últimos tiempos de primavera, que es cuando se han iniciado las importaciones a España.

No sé si será una contestación adecuada, pero...

MIGUEL VILCHEZ

—Lo deseable en la comercialización del aguacate español es que nuestra exportación tenga la mayor continuidad posible en el tiempo, a lo largo del año en los mercados extranjeros y también que podamos tener la presencia de nuestra propia producción en el mercado interior. Ocorre con nuestras exportaciones que tú sabes que para el mes de abril mayo se han enviado las últimas partidas, en el mes de mayo poco, realmente muy poco en las últimas campañas.

Para el mercado interior sí se ha reservado producción, en unos casos se ha reservado la producción en campo hasta una cierta fecha, y después se ha reservado en almacenajes frigoríficos. Se ha pretendido con esto cubrir una época de consumo muy interesante que es precisamente el verano, que es cuando tenemos muchos potenciales clientes del exterior que están aquí.

En consecuencia digamos que es un mercado interior muy interesante para extranjeros, ya consumidores o potenciales consumidores cuando vuelvan a su país, y eso es interesante. Lo deseable, ciertamente, es que sea con aguacates de producción nacional; ahora bien, si aquí no hay producción, la importación no entra en conflictividad con la producción nacional y, en la medida que fomenta ese hábito de consumo y esta clientela potencial, puede en el futuro traer efecto benefactor por la continuidad al consumo; es mi opinión personal.

JOAQUIN VALVERDE

—Yo quisiera preguntar, como labrador y jefe de la explotación, cómo tendría que hacer, con mi personal, unos que son hijos y otros que no lo son, para recolectar a base de ir entrecogiendo de cada árbol los que

están maduros, los que ya no están tan maduros y los que no están maduros; dónde se puede aprender esto, si es que hay alguna cartilla que lo diga, porque es que es muy difícil la cosa.

ENRIQUE GRANA

—Bueno esto es, efectivamente, una pregunta un poco peliaguda. Si efectivamente se cogieran los aguacates con su madurez total, o sea cuando ellos ya tienen su nivel de grasa óptimo, entonces yo le diría que una persona experta y que está acostumbrada a manejar aguacates, sabe perfectamente por el brillo y por el color de la piel que ese aguacate ya está maduro.

Pero desde el momento en que tenemos que aceptar la madurez del 9 % de grasa yo creo que lo primero que habría que hacer sería un análisis previo de esa fruta, y ya el propietario de la finca estudiar qué floración es la que ha tenido; si efectivamente sólo la primera floración, que son normalmente los más gordos, pero que no todos los más gordos son de la primera floración, tiene el 9 % de grasa, pues no recoja más que los más gordos; si por contra tiene ya el 12 %, pues seguramente la segunda floración esté por encima del 9 %, pero de todas formas yo creo que habría que hacer un análisis previo si la cosa está muy en el punto justo para comenzar.

MIGUEL VILCHEZ

—Yo quería añadir algo más a la pregunta que se acaba de hacer. Efectivamente, lo que es deesable es que haya criterios organolépticos, criterios «al viso» que realmente al agricultor le puedan hacer adoptar la decisión sobre cuándo recoge y qué es lo que recoge; desde luego, confirmando lo que acaba de decir Enrique Grana, únicamente quiero añadir que es indicativo el color y la textura del tegumento seminal, pero únicamente indicativo; es decir, el tagumento seminal de color blanquecino, de un color pálido, de un color crema, con una textura un poco mucilagínosa está reflejando fruta inmadura y el tegumento seminal con un color a tabaco, digamos un color marrón y con una textura fibrosa, y, en consecuencia, un espesor más fino puede indicar que efectivamente el aguacate está a recoger.

Desgraciadamente, lo mismo que ocurre con estos métodos de determinación de humedad o de determinación de grasa, existe variabilidad entre las frutas, pero puede ser indicativo; a nivel me refiero, del agricultor que va al campo que coge una fruta y corta longitudinalmente con la navaja y observa cómo está el hueso y el tegumento seminal. Aparte de esto, el tomar muestras y analizar, yo creo que es recomendable, pero hacer esto hay que hacerlo por calibre por eso de la posible superposición de los tamaños según floraciones. Evidentemente la recíproca de lo que acaba de decir Enrique Grana, en los tamaños pequeños va a tener más abundancia de segundas flores, pero también va a haber calibres pequeños de primeras flores; pero si hace la corta al huerto en dos veces y deja atrás los tamaños más pequeños, evidentemente se van a dejar atrás algunos frutos pequeños de primera floración, que no han crecido más por su situación en el árbol o por lo que quiera que sea, pero todos los frutos pequeños de segunda flor se van a quedar ahí, que normalmente son los

que no han alcanzado la madurez, y eso puede ser un criterio práctico de una cierta validez.

ZWI SHACHAR

—Teóricamente, no hay nada que agregar, porque lo que dijeron los señores Grana y Vílchez es la teoría y nada más. Pero en la práctica les puedo asegurar después de una experiencia de más de veinte años que todos ustedes van a saber en su huerta los aguacates que están maduros y los que no están maduros. Pero hay que estar convencidos de que no se pueden coger todos los aguacates de un árbol después del otro y mandar todos los frutos al mercado. Así no se puede trabajar, de ninguna manera. Esto se puede hacer, quizás, al final de la temporada, para las variedades tempranas quizás en febrero y para el Hass en junio o más tarde. Tuvimos que hacer un trabajo enorme para convencer a nuestros productores de Israel que hay que pasar un árbol de Fuerte por lo menos dos o tres veces y un Hass dos veces. Ahora bien, los productores siempre tienen mil excusas para no hacerlo: que cuesta mucho dinero, que los obreros no saben cuáles son los frutos maduros, que van a robar la fruta, que van a caerse las frutas, etc., todo ello cuentos para cortar lo más pronto posible; con nosotros tienen todavía otro pretexto que ustedes no tienen y es que allí hay que ir una vez al año al ejército y siempre resulta que cuando hay que cortar la fruta está en el ejército (risas). Una vez sabido que hay que recoger la fruta en varias veces, lo que hay que hacer es una o dos pruebas de aceite o de materia seca una o dos semanas antes de la época en que se piensa recoger. Entonces, de acuerdo con el resultado se puede calcular más o menos la fecha en que estarán listos.

Aparte de esto quiero añadir algo a lo que ha dicho Vílchez de la continuidad, que es muy importante. Porque si uno va a comprar un aguacate en el mercado español y después este mercado se queda sin aguacates durante dos o tres meses, después es muy difícil, porque cada año hay que empezar de nuevo las conexiones con los comerciantes (vendedores), así que debe de haber continuidad, y es preferible importar algo en esos meses para que haya esa continuidad.

Y voy a añadir algo que espero que mi amigo Vílchez esté de acuerdo y es que siempre la fruta grande es más madura que la fruta chica, a «grosso modo» así que lo que hacemos nosotros es simplemente que después de haber hecho una prueba de aceite y haber obtenido el 9 % de aceite en las muestras, que tomamos en varias fincas de aguacates desde 150 gramos hasta 400 gramos y si salen con el 9 % los de 250 gramos, avisamos a los agricultores para que cosechen los frutos de más de 280 gramos para dar posibilidad de que entre alguna fruta más pequeña. Porque les avisamos que si nos llegan frutas con menos de 250 gramos, las tiramos y no las pagamos, así que se cuidan mucho. Ahora, tomando esta fruta de más de 250 gramos, lo mismo en el Hass, aunque en este caso no es tan necesario, porque empezando en su tiempo siempre está madura toda la fruta, no sólo cogemos la fruta en mejores condiciones de madurez para el mercado, sino que el mismo agricultor gana más dinero, porque si va a cortar un Hass de 150 gramos en enero, esta misma fruta en marzo pesa el doble, y en lugar de tener una producción de 10 Tm/Ha., va a tener 15 Tm/Ha., con lo que, incluso, en el caso de que baje el precio todavía sigue ganando y manda fruta buena al mercado.

ANTONIO JERONIMO

—Quería que me explicaran, referente a lo del camión detenido en frontera y que no podía salir, cómo es que se autorizó la fecha de 6 de diciembre para empezar a cortar el Hass, puesto que los aguacates Hass, dentro de la normativa que debe de existir, en Almuñécar tenemos la zona de Taramay, que es bastante más temprana que la zona del Río Verde, y entonces, si un aguacate va a imponer la norma de toda la cosecha, no creo que sea una normativa acertada.

MIGUEL VILCHEZ

—En cualquier caso, el fijar unas fechas de iniciación de las exportaciones para cada variedad no exime de que lo que tú cortas, confeccionas y envías al exterior, tenga que llevar el contenido mínimo de grasa que hemos fijado como más idóneo.

Entonces no se ha fijado exclusivamente el criterio de la fecha de iniciación de exportaciones para decir a partir de esta fecha todo lo que se corta puede salir. No, a partir de esa fecha, puede empezar a enviarse una determinada variedad. Con esos criterios de que haya continuidad, de que no se produzcan vacíos, de que haya solape, pero no superposición para no dañar una variedad a otra en el mercado; pero, es una fecha en la que el comerciante parece aceptable que se inicien las exportaciones y Has contrastado con los análisis de las muestras de campo que puede haber, efectivamente, la madurez suficiente en las plantaciones, no en partidas aisladas, sino con unas posibilidades de continuidad; porque esto de Taramay es bastante acusado, esto que tú momentas, pero claro ocurre que dices: bueno es que los de Taramay están de salir; sí, estamos de acuerdo, hay un momento dado en el que los de Taramay están de salir, pero si autorizas en ese momento la salida, evidentemente van a salir no sé cuantas partidas, o no sé cuantos vehículos, pero a base de esto, de las plantaciones de Taramay, pero después, hasta que entra en madurez el grueso de la producción vas a tener ahí un fallo que no es deseable, y por eso es por lo que son complementarias; es decir, nosotros como criterio se han adoptado los dos, la fecha de iniciación de exportaciones y además, a partir de esa fecha, todas y cada una de las partidas tiene que ser analizada mediante muestreo como es sabido y alcanzar ese nivel mínimo de aceite; no sé si he contestado a tu pregunta.

ENRIQUE GRANA

—Yo quería únicamente aclarar que efectivamente los microclimas en esta zona son escasísimos; o sea, aunque parezca mentira, y aunque para otras especies de cultivo sea más fácil de encontrar por ejemplo que la patata de Motril sale veinte días o un mes antes que la patata de Málaga, en el aguacate no pasa igual y en los análisis que nosotros hacemos la diferencia puede ser a lo mejor, como mucho, de una semana. Eso en el límite mínimo de aceptación para el comercio.

En variedades que no necesitan estar en la vanguardia, porque esa la van cubriendo ya otras variedades más tempranas como el Bacon, el Zutano o tal, como puede ser el Hass, la pérdida que le supone para el agricultor el querer cortar pronto y comprendo que hay razones importantes para querer cortar pronto, no ya económicas, que no se justificarían, sino

razones de otra índole, como puede ser el querer conservar la cosecha, el poder mantenerla en el árbol sin que se la quiten, todas estas cosas que por desgracia tenemos ahora y que todavía no nos hemos organizado los agricultores para defendernos contra ello. Pero le quería únicamente dar una cifra, si ustedes cogen el aguacate Hass con el 10 % de grasa y en abril por ejemplo lo tienen con el 25 ó el 26 ó hasta el 30 que he analizado yo de grasa, solamente el aumento de grasa representa para ustedes el 15 % de aumento de peso; si a esto le unen ustedes otro tanto, por lo menos, que aumente en agua y en materia seca, quiere decir que ustedes están perdiendo del 30 al 40 % de la fruta, de cogerla al principio de temporada a cogerla en plena temporada; con dos inconvenientes que la que cogen al principio de temporada está muy mala, no sabe a nada y la otra es una fruta de calidad, que la primera tiene calibres muy pequeños y la otra unos calibres normales.

Luego hay que hacer lo posible por defendernos para que pueda la fruta permanecer y cogerla cuando debe cogerse, porque ganamos mucho dinero en el peso y en el precio que se obtiene.

MARIA ROSA BRITO

—Yo quería que me aclararan, porque nosotros nos regimos por las normas de calidad y por los calendarios de exportación. Ahí está contemplado claramente, que desde el 15 de enero empezamos a cober Hass, pero los tamaños de 225 gramos para arriba; a partir de fin de mes, quince días más tarde, los de tamaño un poco inferior, y todo eso está contempladísimo; yo no sé por qué aquí no está lo suficientemente claro que todo no se puede coger junto y que el pequeño debe cogerse al final, que ya está hecho, que ya no da más de sí, que ya no chece; pero todo eso ya está contempladísimo en las normas de calidad y nosotros desde luego nos regimos por nuestro calendario de exportación, pero sin más, lo que no se contempló es que en Canarias, allí, sí hay microclimas; entonces nosotros procuramos empezar cuando queremos hacer las cosas a conciencia, en zona Sur y Costa que maduran más pronto, y vamos seleccionando un poco por zonas y los de zonas altas los dejamos para más tarde, pero esto simplemente de los tamaños y los pesos está contemplado en las normas y yo creo que está aceptado y eso es nacional, no creo que tenga que ser motivo de duda.

MIGUEL VILCHEZ

—Bueno yo no sé realmente a qué llamas estar contemplado en las Normas de Calidad; efectivamente hay una escala de calibres, pero no hay nada en nuestras Normas de Calidad de Comercio Exterior que te digo que unos determinados calibres pueden exportarse a partir de unas determinadas fechas; hasta ahora no ha habido ninguna limitación en cuanto a fechas y calibres.

MARIA ROSA BRITO

—¿Y no hay un calendario de exportación?

MIGUEL VILCHEZ

—Hay un calendario de exportación por variedades, pero no por calibres.

MARIA ROSA BRITO

—¿No puede ser un acuerdo de la Consultiva?

MIGUEL VILCHEZ

—No, no ha existido tal acuerdo; pudiera ser, pero no ha existido. La Consultiva es única a nivel nacional. No sé exactamente a que se puede referir, a ver si nos lo puedes explicar.

MARIA ROSA BRITO

—Bueno nosotros es que tenemos un calendario de exportación para nuestras variedades, fechas, peso y demás.

MIGUEL VILCHEZ

—Ahora bien, pero esto, creo que alguien ha aludido a esto, es lo que se llama un acto de disciplina; evidentemente es algo que los exportadores canarios han visto como bueno para sus envíos, para ordenar sus envíos y para hacerlos más cualitativos. Esto es deseable, es decir, el que aquí haya unas Normas de Calidad que son de obligado cumplimiento y que son exigibles por los Servicios de Inspección, evidentemente no existe de que haya una auto-disciplina por parte del cuerpo exportador en el sentido de alcanzar mayores cotas de calidad y si el criterio que se ha adoptado en Canarias ha sido el de limitar determinados calibres a ciertas fechas a mí me parece que es un ejemplo muy recomendable para seguir siempre que sea posibles.

El porqué aquí las fechas de iniciación de las exportaciones no permite el decir que toda la fruta esté buena, es sencillamente porque efectivamente las diferencias serán menores de lo que pensamos, como dice el doctor Grana, pero haberlas haylas, como dicen los gallegos; claro y, efectivamente, el 6 de diciembre, manque nos pese, hay fruta que está hecha, y estoy hablando de la variedad Hass, claro. Que sería deseable que no se enviara hasta final de enero o primeros de febrero, bueno, en teoría, como dice nuestro amigo Shachar, quizás sí; pero en la práctica se ponderan otros criterios, como puede ser por ejemplo el decir, si hay Hass de otras procedencias y hay Hass español en condiciones comerciales idóneas, tiene que estar presente en el mercado de destino para poder competir.

MARIA ROSA BRITO

—Sí, pero, debiera contemplar el peso, por lo menos.

MIGUEL VILCHEZ

—¿Qué quiere decir?

MARIA ROSA BRITO

—Que fueran los más mayores los que se fueran cogiendo.

MIGUEL VILCHEZ

—Mira, a mí esa limitación, desde el punto y hora en que los calibres grandes o los calibres pequeños, me den el índice de madurez que hemos entendido como mínimo, para que la fruta evoluciones de madurez comer-

cial a madurez gustativa, me hace innecesario el decir, oye vamos a fijar unos calibres, porque es que me puedo dejar atrás mucha fruta en condiciones de salir. Este es el punto de vista mío.

ANGEL SALAZAR

—Yo quería a mi vez hacer una pregunta, que es la siguiente: nosotros en la práctica comercial en exportación, fundamentalmente a Francia, y dentro de que los calibres pequeños tengan el grado de aceite necesarios, hemos tenido experiencias de que el precio es cambiante para los tamaños, o sea, según como esté el mercado, hay unas diferencias; por eso es que en este caso, limitar a calibres exclusivamente gordos, no está claro; por lo menos entre los comerciantes que hemos estado participando en las consultivas aquí, nunca se ha presentado ese tema.

MIGUEL VILCHEZ

—Pero también ocurre una cosa y es que la exportación nacional tiene dos componentes fundamentales hoy; en el análisis que se puede hacer de las campañas para las que se disponen de datos y es que los envíos peninsulares se dirigen fundamentalmente a Francia y que los envíos canarios se dirigen fundamentalmente al Reino Unido. Evidentemente el Reino Unido es sabido que prefiere calibres grandes, en consecuencia es normal alguien me dice que no, esa opinión hay que contrastarla pero, en fin, digo que yo tenía entendido, probablemente de manera errónea, que el Reino Unido prefiere calibres grandes y digo que a lo mejor esa es la razón que ha llevado al sector exportador canario a limitar los calibres pequeños en sus envíos.

MARIA ROSA BRITO

—Según nuestra experiencia sí prefiere calibres grandes.

ANTONIO MARTIN

—Yo la información que voy a dar es por un fenómeno; yo siempre en mis cosechas para ahorrar mano de obra, las he recogido de la forma que se viene haciendo: he llegado a un árbol y lo he cosechado todo; pero este año por las circunstancias especiales de la lluvia —que no tenía agua— pues la cosecha que tenía era malísima, pero también tenía el inconveniente que si la llevaba no me la querían, tenía el inconveniente de que si la dejaba toda la fruta al árbol, pues el árbol seme secaba. Entonces he tenido que hacer la labor en cuatro veces. Y siendo una cosecha mala, pues me ha resultado buena; porque empecé a cortar los que yo creía que estaban en condiciones y valían un dinero, pero a los catorce o quince días, había ya una cantidad de fruta que estaban como la que había cortado primero que no la había podido cortar, y en esa forma he tenido un beneficio que no lo pensaba tener, lo que quiere decir es que si esto sirve de orientación para algo y el que lo está dando es el Presidente de la Cámara Oficial Agraria de Almuñécar, no es que tenga importancia pero que es una cosa que me ha pasado en mi finca este año debido a no tener agua.

JOSE GARCIA FARACO

—Es una pregunta técnica que ha salido a colación referente a la fase en que nos quedamos sin fruta a partir del mes de abril, entonces yo quisiera preguntar al señor Shachar ahora que está aquí, si me puede

decir algo, dado el problema que tenemos en Israel y en España, que a partir de abril nos quedamos sin variedades selectas, que nos dijese algo de las nuevas variedades de Hass que está investigando el doctor Cron, creo que se llama, no conozco el nombre, en California, que son el Grls-Hass el 370, el 304 y el 670, si es que nos puede decir algo.

ZWI SHACHAR

—Siento decir que no sé mucho sobre este tema, casi nada; porque yo, en los últimos diez-doce años, me he ocupado no de producir aguacate, sino de vender aguacates, y por lo tanto, de las nuevas variedades de California yo no sé nada. En cualquier caso, sé que miles de árboles que hemos plantado en Israel los injertamos para buscar alguna variedad nueva; lo que buscamos son variedades que maduren en julio-agosto-septiembre, para cerrar el año; de todos estos árboles no hemos encontrado ni una. Esto si te lo puedo decir, ni una; hay algunas variedades más tardías, una que se llama **Jochin** que no tiene ninguna ventaja en producción, se ve como el Fuerte pero no produce más que el Fuerte, es una fruta bastante buena, quizás un mes o dos meses más tarde que el Fuerte, pero aparte de ésta, todas las variedades que creíamos que eran buenas al final resultaron de ninguna ventaja sobre el resto de variedades de ahora, que son el Fuerte, el Ettinger, el Hass.

ANTONIO MARTIN

—En el año 35 estuvieron a visitarme aquí unos parientes de Sudamérica, precisamente de la Argentina de la parte de Jujui, sus lindes son Bolivia y el Perú; y entonces sabían el entusiasmo tan grande que yo tenía por la agricultura y me mandaron varias plantas, entre ellas me mandaron el aguacate, que ellos llaman **Palta**; yo las planté aquí pero todos saben la mayoría, que yo al poco tiempo tuve que irme a América, donde he estado veinte años; las fincas mi padre en ese intermedio las vendió y después al regreso, ya, viendo el auge que hay aquí sobre el aguacate, que yo en el 35 fui el que hizo la primera plantación, empiezo a investigar y existen las plantas que yo puse, y hoy son de don Juan José Castillo Martín.

Con la sorpresa que da una fruta hermosísima y que madura en agosto, y que da un peso de unos 250 gramos la fruta, con un gusto especial, con un color amarillo a huevo y que las plantas están en estos momentos a unos quinientos metros o menos de la planta. Le hemos puesto a esa planta **Sexi**; de modo que en estos momentos tenemos una variedad con unos resultados fantásticos, a la cual se ha bautizado con el nombre de **Sexi**, y que en agosto madura con todas sus cualidades.

MODERADOR

—¿Alguien tiene experiencia de plantas de **Reed** ya en edad de producción, aquí que pueda darnos su opinión?

SATURNINO BLANCO

—Bueno, le voy a explicar, no sólo la variedad **Reed** es tardía, hay otras variedades como el **Rayay** el **Corona** y **Bonita Corona**, son variedades tardías y quizás muy interesantes; claro, está todo por ver; son variedades que son de color verde y muy parecida al Fuerte, con la piel un poquito

rugosa, como es el Raya, pero tiene el inconveniente de que el hueso es muy grande, igual pasa con Bonita Corona; es una variedad que está en cázulas, la hemos llevado a los viveros para poderla propagar, pero es una variedad que tiene un hueso muy grande, muy parecido al Pinkerton; es decir es un Hass pero de color verde.

Ahora, en cuanto lo que es el Reed. Pues el Reed es un árbol muy productivo, pero muy productivo, que a los tres años puede obtener pero muy bien, los diez kilos o más de fruta. El inconveniente que tiene, pues que el peciolo es bastante largo, lo cual es un inconveniente porque se puede caer en sitios ventosos; luego las ramas son muy parecidas a las del Finehay que es justamente el padre del Reed, y, con el viento, son muy fáciles de romper. Es decir los árboles que nosotros tenemos con siete años si no los apuntalamos bien es un verdadero desastre para sujetar las ramas, por la cantidad de fruto que tiene y por lo blanda que es la madera.

Se comporta muy parecido al Bacón, el color de la hoja es muy verde, aguanta bien la caliza, y no sé qué puedo decir más de él; yo hasta ahora los que he sacado y otros agricultores de la costa, los hemos sacado en el mes de mayo, a primeros de junio como mucho hemos aguantado. He sabido de algunas personas que han podido aguantarlo hasta el mes de agosto.

JOSE M. FARRE

—En la Mayora hay una plantación de Reed, que ha producido ya durante varios años y evidentemente tiene todos estos problemas de que se rompe con facilidad y la cuestión fundamental del Reed es saber si va a ser capaz de ser cogido cuando se ha terminado con la recogida del Hass. Esa es la pregunta, las demás cosas son de menor importancia. Y esa pregunta, en nuestras condiciones, no puede ser todavía respondida ni afirmativamente ni negativamente porque hay datos contradictorios, es decir, que a algunos señores se les han caído, en algunos años, en el mes de mayo y otras veces, en otras circunstancias, no se han caído y han aguantado hasta el mes de septiembre en buenas condiciones.

Yo debo decirles que el Reed en el mes de mayo tiene una calidad ínfima, incluso el Reed de Israel, por supuesto (risas). La gran pregunta es esta, si el Reed puede aguantar después de la temporada del Hass; porque por ejemplo nosotros el año pasado cogimos Reed a partir de julio-agosto y septiembre, y en julio ya estaba en unas condiciones bastante buenas, en agosto ya estaba mejor y en septiembre estaba estupendamente; pero ahora la cuestión fundamental es que si estos frutos son capaces de aguantar en el árbol sin caerse, aparte de otros problemas de tamaño, rozaduras de ramas, roturas de ramas, que son cuestiones menores, porque claro, si el Reed se cae en el mes de mayo con la calidad que tiene aquí, ya no vamos a decir nada de Israel, su valor va a ser muy bajo, porque desde el punto de vista de sabores, vamos es comparable a un Bacón en el mes de octubre, vamos, aunque sea feo señalar.

EUGENIO GONZALEZ

—Yo quería, dado que las Normas de Calidad dicen que las cajas deben ser de cuatro kilos, teniendo en cuenta el coste del cartón, y el

coste de manipulación de las cajas y puesto que en California y en Israel se está pasando a la caja de seis kilos, ¿cómo no se hace un estudio de cambiar las normas de calidad para seis kilos? Aunque se pueda permitir que las existencias de cajas de cuatro kilos se sigan manipulando.

MIGUEL VILCHEZ

—En realidad el planteamiento sobre el cartón de seis kilos, lo hizo el representante canario en la última reunión de la Consultiva, precisamente en diciembre último, el día 3 en Málaga; y efectivamente es un tema que está en estudio para la próxima campaña; en un principio pareció que lo más idóneo, dado que al no existir normalización había mucha dispersión en la exportación nacional, tanto en la península con en las Canarias, en cuanto al peso neto de los envíos, y que esto provocaba en destino un cierto desconcierto al comprador, se pretendió que hubiera una unificación en el cartón de cuatro kilos neto; claro, en la pasada campaña también se autorizó a agotar las existencias de estos envases; entonces en la primera fase de la campaña 81-82, pues aún hubo una cierta dispersión; para la variedad Hass apenas quedó cartón distinto del de cuatro kilos en la campaña anterior y en esta campaña pues desde un principio el único cartón utilizado y obligado era el cartón de cuatro kilos. Desde luego se dispone de suficiente agilidad a nivel del tipo de envase, para modificar y sobre todo para tener un envase autorizado en fase experimental. Como recuerda, en la Norma de Calidad hemos hablado de las disposiciones complementarias, y precisamente en la Disposición Complementaria de la Norma del aguacate, es donde se fijan estos extremos relativos al envasado del peso neto como las dimensiones exteriores de la base, en milímetros. Entonces, esto puede ser susceptible de introducirse, lo que hace falta es, y digo que la iniciativa me parece muy buena en la medida en que han detectado esa necesidad, es que en la próxima Consultiva cuando se plantee el consenso entre los exportadores sea amplia en ese sentido, y quizás ellos que están aquí representados en la mesa, merece la pena que también oigamos su opinión, igual que hemos oído la de ustedes en cuanto a la iniciativa.

EMILIO GARCIA QUEVEDO

—Bueno, mientras que tenga un precio mayor lo lógico es que el precio de la caja de 6 kilos sale más caro, y el que compra busca comprar cajas más pequeñas; cuando el precio se ponga mucho más bajo iremos a la caja de 10 kilos; por el momento, en Europa, buscan más la caja menor; ahora cuando son frutos pequeños, Israel lo está haciendo en cajas de 10 kilos y a granel. Y eso lo dice el mercado, que compra; a nosotros sí nos interesa de hacerlo mejor, pues nos cuesta más caro, pero hay que venderlo más caro; así que la caja mayor pues será para más tarde, creo yo.

El público pide cajas pequeñas, porque una caja vale 40-35 francos, de 4 kilos, si se ponen de 6 kilos lo lógico es que una caja valga una tercera parte más.

ASISTENTE NO IDENTIFICADO

—Me gustaría preguntar si hay alguna experiencia sobre conservación del aguacate para alargar más el proceso; conservación en cámaras frigoríficas, hasta qué punto el control de madurez o comportamiento del aguacate.

cate en cámara, qué tiempo puede estar; porque si vamos a tener tantos aguacates, que parece ser va a ser verdad, vamos que no lo dudamos, y puede haber en un momento determinado una congestión del mercado, también el alargamiento en cámara es interesante para descongestionar algo; a ver si hay alguna experiencia para llegar al verano.

MODERADOR

—Bueno, el señor Shachar me decía ayer que, según la experiencia de ellos, máximo dos-tres semanas es lo que se puede conservar el aguacate en cámara frigorífica; si aquí hay alguien que pueda añadir algún dato sobre esto.

ANGEL SALAZAR

—No, no hay nada; hemos hecho las pruebas normales de eso de quince veinte días, incluso hasta un mes, hemos tenido en cámara y hay que distinguir en cuanto a eso también por variedades; o sea, lo que está clarísimo es que las variedades tardías aguantan mucho más en cámara, se les puede mantener mucho más en cámara, y, por supuesto, no tenemos mayor experiencia de un mes.

EMILIO GARCIA QUEVEDO

—Yo creo que en vez de correr tanto se podía dejar más en los árboles, para más tarde, y llegar hasta mediados de julio. Ahora desde ahí para allá son riesgos que se toman ya, y como máximo un mes, pero lo suyo es dejar más en el árbol como tú sabes y correr menos.

ASISTENTE NO IDENTIFICADO

—¿En qué condiciones y humedad relativa han estado hasta un mes?

ANGEL SALAZAR

—Normalmente, la temperatura que hemos mantenido, cuando quieres tenerlo un poco más, bajar como máximo a los 6 grados y que no exceda de los 8. Es la pequeña experiencia que nosotros tenemos. No sé si hay alguno más aquí que los haya tenido o que los haya, yo creo que Julián en Madrid tendrá alguna experiencia. En cuanto a humedad relativa no tenemos cámaras tan perfeccionadas. Son una humedad normal.

MODERADOR

—Yo quería, en relación con el frío de que se está hablando, hacer una pregunta para que quizá la contestara el Sr. Grana, o sea hasta qué punto considera que es imprescindible, o muy conveniente por lo menos, el que la fruta inmediatamente de cogerla se enfríe y se envíe en transporte frigorífico para que la calidad al llegar al consumidor realmente sea de garantía.

ENRIQUE GRANA

—Bueno, también en esto influyen mucho las variedades; pero en general para toda la fruta y no solamente para el aguacate, al salir del campo, al separarla de la planta, ya empieza a tener un proceso de respiración en la fruta que hace que se adelante mucho la madurez. Si se logra meter en cámara y parar un poco ese proceso, evidentemente el período de sostenimiento de la fruta es mucho más largo.

Una vez que entra en frío lo lógico sería seguir la cadena de frío, esto no solamente en esta fruta, sino en todas. Si se sigue la cadena de frío lo que se hace es parar la respiración de la fruta, entonces para la producción de etileno que es lo que, en realidad, hace que la fruta madure más pronto. Entonces llegaría ya al mercado en unas condiciones que la fruta no llega si la fruta ha estado respirando durante cuatro o cinco días, sobre todo si la temperatura es como la que está haciendo ahora, que es bastante alta.

JOSE MARIA FARRE

—Creo que he entendido cuando ha estado hablando Vilchez que en la Comisión Consultiva habían dicho que las variedades Bacon, Zutano, son variedades de baja calidad; esa es un arma muy peligrosa, estimo yo, peligrosísima, y los señores que tomen la decisión de seguir con esa política, tendrán dentro de unos años que apechugar con los resultados de la política que tomen evidentemente; yo creo que es equivocada, en todo fruto y evidentemente en el aguacate no es excepción; cada vez hay más fruta, más competencia, hay que ofrecer mejor calidad, el pretender insistir en mantener variedades de baja calidad a nuestro parecer es peligrosísimo.

MIGUEL VILCHEZ

—Efectivamente, el propósito podría ser éste o no, pero el resultado desde luego es éste. Es decir, al evitar el solape de las variedades, perdón, al evitar la superposición y simplemente permitir el solape de las variedades, efectivamente se produce este fenómeno. Yo estoy de acuerdo en que eso tiene unos efectos negativos, estoy absolutamente de acuerdo. Hasta ahora hay que constatar que también los tiene positivos, probablemente lo que hay que ponderar son uno y otros en el futuro. Yo desde luego me inclino por una posición en la que sea el mercado quien dé la respuesta adecuada a cada una de las variedades y, en consecuencia, que una y otra, si se han de superponer, se superpongan, compitan, y que obtengan el resultado que deban obtener; porque es que entonces, y no ahora, es cuando, realmente, vamos a saber no que tú estimas que es una variedad peor, sino que el mercado realmente estima que es una variedad peor y la paga peor; eso es algo que está por ver, que no tememos que así sea; hay quien dice que no, que todo es aguacate y que el comportamiento del mercado no va a ser diferente para el Bacon en relación al Fuerte. Esto está por ver y creo que merece la pena verlo; precisamente por eso, porque vamos a unos niveles crecientes de producción en los cuales este tipo de medidas proteccionistas tienen un defecto inducido que es negativo por una razón sencilla, porque en los comienzos de la campaña siempre, la novedad o precocidad, es un factor de calidad inevitablemente, y, al parecer, fruta española en mercado, aguacate español, que había desaparecido en el mercado seis meses antes, claro, si el aguacate español que hay es el Bacon, entonces, con independencia de la apreciación que se pueda tener con respecto a la calidad de esa fruta o no, al tener a la otra variedad que puede competir con el que es el Fuerte, el mercado ante este factor de precocidad, va a tener una buena respuesta; piénsese además que son pocas las cantidades que se envían; si la oferta no es grande, existe el factor de precocidad, el mercado digamos está virgen al empezar cada campaña al enviar esta nueva variedad, puede responder bien, y se puede inducir en esa contradicción de decir al agricultor: «Oiga, no ponga usted más Bacon, que es que no es bueno», y claro esto es una contradicción,

porque si tú le vas diciendo eso y cuando sales del huerto entra el comerciante a decirle: «Oiga, que yo el Bacon se lo pago mejor»; claro, entonces el agricultor dice: ¿Esto qué es? ¿Cómo es que me recomiendan que no ponga Bacon que es peor, si me lo pagan mejor? Y la conclusión es bien sencilla.

Evidentemente, creo que es necesario, que a partir de la próxima campaña, una vez que tengan las condiciones de madurez idóneas una y otra variedad, y, desde luego, eso por los análisis realizados da la impresión de cuando está una, muy pronto está la otra, al menos en esas condiciones que hemos fijado, y mientras tanto no se fijen mayores restricciones para la variedad Fuerte; creo que a partir de la próxima campaña el acuerdo de la Consultiva debe de dirigirse en no fijar fechas de iniciación distintas para Bacon y para Fuerte, sino una fecha común para variedades tempranas, y que el mercado nos diga finalmente qué variedad es la que elige y cómo responde a una y otra en precios, que es, en definitiva, lo que interesa.

ANGEL SALAZAR

—Yo quería hacer una precisión sobre esto, desde el punto de vista comercial y exportador nuestro. Realmente, cuando se iniciaron las reuniones de la Consultiva que se creó para el aguacate, se nos planteaba a los que estábamos exportando o los comercializadores de aguacate unos problemas grandísimos en cuanto al tratamiento que hay que darle a la variedad, fundamentalmente, a la Bacon. El problema estaba en que se seguía plantando y que nuestros consejos, como ha dicho Miguel, eran contradictorios totalmente; porque, desde el punto y hora en que estábamos pagando habitualmente y durante todos los años, los mayores precios para la variedad Bacon, no les podíamos decir automáticamente que dejaran de plantarla, porque es que se volvían locos; pero yo quisiera dejar aquí bien claro que no se puede hablar de la variedad Bacon como de una variedad mala de una variedad de una forma absoluta, yo creo que relativamente a la época es una variedad que cubre un hueco; entonces no se puede decir que el Bacon en el mes de octubre, a mediados de octubre no sea una buena variedad. Yo mantengo que es una magnífica variedad; lo mismo que el melocotón de Sevilla en el mes de mayo, es un magnífico melocotón, desde el punto de vista comercial, y no tiene nada que ver con el melocotón de Lérda en el mes de septiembre; o sea, eso está claro; yo considero que, incluso, se le podría no llamar aguacate, lo mismo que se comercializa un aguacate que se llama antillano y del cual hemos tenido discusiones con los canarios, porque han llegado a mantener que era mejor que el Bacon; en Consultivas iniciales y ahí, sin embargo, yo considero que había una defensa de las producciones de esa variedad en su provincia. O sea, que quiero resumir, en fin lo ha dicho casi todo Miguel, todo lo que tenemos ahora mismo, el problema que existe con el Bacon es que todavía no ha llegado el momento en el que el agricultor se ha sentido perjudicado en esa variedad y es el problema grave porque realmente va a llegar ese momento.

Desde luego, en la última Consultiva de aguacate no se tomó un acuerdo firme pero sí de ir pensando y contemplando lo que ha dicho al final Miguel Vílchez, que el año que viene tendría que convivir las dos variedades en el mercado.

EMILIO GARCIA QUEVEDO

—Yo no voy a dar la contra a mi amigo Angel; estamos en la misma postura, él vende por un lado y yo vendo por otro; pero lo que quiero decir es muy corto y no hablo tanto, pero voy al problema: el que tiene el Bacon lo puede dejar un año más, ya que lo tiene, pero ya el año que viene va a tener datos; pero el que va a plantar, yo me pongo en la postura del que va a plantar, yo esperaré un año; yo les digo desde ahora, yo por mi parte lo digo, el que lo tiene que lo guarde un año y el que vaya a plantar que lo piense.

ANTONIO MARTIN

—Estamos de acuerdo que se les está haciendo, no sé por qué, una guerra al Bacon, y en esta zona, por lo menos, en otras no lo sé, me he quedado con la gana de ver alguno con clorosis; es el vigor tan grande que tiene el árbol; la fruta, todos los extranjeros que la prueban, dado su gusto a piñón que tiene, todos dicen que es la variedad más rica que han comido; no tiene más inconveniente que, como tiene el cuero tan fino y se madura de una forma tan rápida, pues el único aguacate que se cae del árbol. Que las otras variedades no se caen. Pero no por eso hay que aconsejar que lo corte al que lo tenga. Hay que decirle que no ponga más y que ponga otras variedades.

Yo les voy a dar una cosa que me ha servido de experiencia este año. Cuando no se conocían las plantaciones, y fui el conejo de indias de esta zona, pues tengo en la finca 50 ó 70 variedades, como entonces los más pedidos eran los Bacon de California, pues tengo como 1.000 plantas de California; claro al ponerles tantos reparos, pues este año he cruzado cien grandes como mi brazo la más chilca. Bueno, pues a pesar de habérmelos injertado el mejor injertador que hay aquí, que dice que no pierde uno, pues no me han agarrado más que unos 40 y he perdido 60 plantas que me estaban dando ya un dinero, con que no vayamos a animarnos; luego no se debe cortar ningún árbol porque sea una variedad mala, porque lo que se hace con esto es una locura.

IMPORTADOR FRANCES NO IDENTIFICADO

—Como representante de importación de una empresa francesa, quiero venir en ayuda del Bacon un poquitín; reconozco que cuando el Bacon llega a Francia de España hay una competencia de Fuerte de Israel y, sin embargo, por eso no se desprecia y considero que es una variedad que se debe mantener porque es apreciada actualmente en Francia.

JOAQUIN VALVERDE

—Yo quisiera que el señor Quevedo, que dice que el Bacon es malísimo, que hay que cortarlo, que hay que tirarlo, pero, ¿por qué es malísimo? Yo quiero también que otro señor comerciante me explique si lo que él manda de Bacon lo tiran o la gente se lo come.

EMILIO GARCIA QUEVEDO

—Yo no le digo que es malísimo, ni es buenísimo; es que el que compra y el que paga es el que manda; yo he dicho, no de cortarlo, he dicho de no plantar; yo doy mi consejo personal que si tuviera que plantar esperaré un año; lo que sí digo es que de aquí a un año, cuando esta varie-

dad tenga que competir con el Fuerte, ya nos enteraríamos. Lo digo porque lo sé, no es que estoy inventando, y el que quiera, que no se lo crea, yo le muestro los precios, más claro que eso no lo puedo dar.

IMPORTADOR FRANCES NO IDENTIFICADO

—Quería decir, como importador de Francia, que estoy de acuerdo con el señor Emilio García; porque la venta del Bacon, a pesar de que no da buenos resultados, tiene una culpa más grande, es que nos prohíbe la venta después; nos corta la venta de una variedad como el Fuerte que viene enseguida; porque, es que el client que compra un Bacon tiene un disgusto tan grande que dice «Aguacate de España, lo rechazo», y ese es un trabajo bueno para el aguacate de Israel que viene en esos momentos con un Etinger bastante bueno, que la gente acepta y que gusta. Y es eso yo creo la lucha primero que tenemos que hacer, para el Bacon para empezar la venta del aguacate que sea Fuerte si en ese tiempo no tenemos otra variedad. Yo, personalmente, voy a fondo contra esto, porque hemos tenido demasiados problemas y es una lástima para quienes como nosotros queremos mucho a España y a productos de España que perdimos tanto tiempo al no poder subir la venta de 3.000 Tm. de este año a 20.000 ó 30.000 y dejar deshecho a Israel con 40.000 Tm. o con todo lo que llevase Israel.

ANGEL SALAZAR

—Yo quería volver a insistir en lo que he dicho antes; Merco-Granada-Motril, lleva haciendo exportaciones serias yo calculo que unos cinco años; realmente los resultados que hemos tenido con el Bacon, en un principio han sido, sobre todo hace tres años con la baja de producción de Israel, muy espectaculares, y eso hizo que entre todos metiéramos la pata; pero, una vez que estamos con el trabajo serio que está realizando el SOIVRE, y que estamos realizando un poco entre todos con los Laboratorios que hemos montado y con las pruebas, con la práctica, el problema para nosotros y últimamente el problema que se nos ha planteado es encontrar de verdad la madurez comercial del Bacon; porque nos han ocurrido cosas distintas; nos ha ocurrido, al principio, cuando nos probábamos o cuando hacíamos unas pruebas en el almacén de ver cómo maduraba y tal, pues llegar con aguacate realmente poco maduro, con dificultades en el viaje, con dificultades en la adquisición de calidad gustativa y, en contra de eso, los últimos años que nos hemos pasado, por lo menos en mi criterio, un poco en la aplicación del grado máximo a exigir de salida.

Con los diferentes comerciantes con los que tratamos, el problema no es que ellos mantengan la cadena de frío que nosotros iniciamos, hasta que venden al minorista o la red de supermercados, sino que es entonces cuando empieza el problema; o sea, concretamente, en ventas que el mayorista de destino nos ha dado como realizadas, luego han tenido devoluciones por exceso de madurez en el paso siguiente, en el paso del mayorista al minorista. O sea, que ese es el problema, para mí el Bacon hay que seguir tratando de salvarlo o de encontrarle una clientela y fundamentalmente encontrar la madurez comercial que permita manejarlo bien el mercado.

SATURNINO BLANCO

—Yo quería decir algunas cosas, porque el problema de cultivar o no Bacon, no va paralelo a los problemas digamos de comercialización. Sucede que el Bacon es un árbol que se cultiva en cualquier sitio, que ocupa muy

poco, que se emplea, además, como cortaviento. Sucede también que no llega bien a los mercados, efectivamente, pero hay un mercado Interior que puede absorber esa cantidad de Bacon; luego sucede también otra cosa: han apuntado que la variedad Etinguer compite; señores en mi opinión, la calidad del Etinguer no es muy superior al Bacon. Hay otra cosa, que el Bacon tiene un sitio y ese sitio está en los meses de octubre y noviembre que no lo cubre el Hass, y que si hacemos un abanico de variedades resulta que la variedad Fuerte también tiene unos inconvenientes que todo el mundo sabe. Así que es una polémica, efectivamente, colocar o no colocar Bacon. Se puede bajar la producción, pero los árboles están plantados, yo me resistiría, desde luego, a quitarlos.

FRANCISCO BUSTOS

—Aporto más, en el mes de septiembre, yo los tengo en la zona de Taramay listos para el mercado nacional.

Un momento, yo pregunto por qué si el Bacon llega demasiado maduro al mercado, la Junta Consultiva, no permite que salga en vez de con 9 con 8 o con lo que sea de grasa, para que no llegue tan maduro al mercado.

ANGEL SALAZAR

—Efectivamente, eso es lo que acabo de decir, que el problema está en encontrar ese punto; porque tampoco se puede bajar unos grados y que no llegue a madurar bien. O sea el tema está en esto, en encontrar un poco los grados que hay que dejar para que se pueda comercializar en destino sin problemas.

ASISTENTE NO IDENTIFICADO

Y yo pregunto, ¿no habrá intereses creados con el Bacon de alguna clase? (risas).

Yo creo que sí, es decir que puede ser que se trate de ayudar una variedad que sea un poco más tardía que la que nosotros producimos aquí; creo eh, creo.

MODERADOR

—¿Suspendemos ya la Mesa Redonda después del fantasma de los intereses creados?, ¿o seguimos?, ¿qué hacemos?, ¿tú querías añadir algo?

MIGUEL VILCHEZ

—Antonio, perdona un instante, yo quería contestar a esto; desde luego al representante de la Cooperativa de Itrabo quería contestarle que si hasta ahora se han podido poner en juego algunos intereses creados, han sido los de la defensa del Bacon, no otros. Porque, se ha hecho una limitación de la iniciación de exportaciones de la variedad Fuerte a una fecha posterior que permitiera la salida de todo el Bacon posible cuando sabíamos que según los resultados de los análisis, para esa exigencia el Fuerte ya estaba de salir.

De manera que no inventemos fantasmas, es decir, que vuelvo a insistir es una variedad que tiene una serie de ventajas que se están ponderando aquí, de rusticidad, de productividad, de precocidad, el tema del sortaviento, el tema e polinización, aporta una serie e ventajas al agricul-

tor, que están ahí, y que son innegables; existe una plantación y una producción de una cierta entidad de Bacon, que está ahí y que no podemos pensar en sustituir improvisadamente; lo que decimos es, que si tiene unas calidades que el mercado debe apreciar, para poder conocer esa apreciación del mercado, tenemos que dejarlo en libertad de competencia con la variedad que parece ser su competidora que es la variedad Fuerte y realmente saber cuál va a ser el resultado. Yo no creo que nadie esté en condiciones, salvo la experiencia personal de cada uno, que en unos casos hemos visto que es mejor y en otros casos es peor, en mercado me refiero, en cuanto a resultados económicos; hay que ver el año que viene, si conviven en el mercado, cómo se comportan uno y otro en cuanto a cotizaciones y entonces cada uno podrá tomar ya sus conclusiones y sobre todo esa posibilidad de mercado interior en una época en la que realmente se inicia la campaña de consumo de aguacate es una posibilidad que también habrá que tener muy en cuenta.

Y en cuanto al nivel de madurez, y esto se me había pasado, yo realmente creo que es muy difícil pensar, con los datos que se tienen aquí y con lo que se ha estudiado de la producción de Bacon en otros países, que sea aceptable un índice de madurez por debajo del 9 %; lo veo muy difícil, que pueda garantizar el que la fruta, incluso con el 8 % no tenga ese proceso clásico de arrugarse, de momificarse y no evolucionar hacia esa calidad gustativa que el mercado espera. Esto probablemente no es un estudio todo lo suficientemente exhaustivo, es la experiencia de dos campañas, pero en la frontera del ocho hay riesgos serios de que la fruta se momifique, de que la fruta se arrugue y no evoluciones favorablemente y con eso debemos tener mucho cuidado; porque como bien ha dicho alguien, es la fruta que abre campaña, y es la que da la muestra de lo que parece que va a ser la campaña española ese año en los mercados de destino; y con eso hay que tener mucho cuidado porque ya crea la imagen de la campaña.

Yo lo veo muy difícil el que se pueda pensar para el Bacon, y creo que sería una solución, a todos se nos ha ocurrido evidentemente; si el Bacon puede ir con un índice de aceite menor, tenemos el problema resuelto. Pero tenemos serias dudas y esto lo hemos compartido con agricultores que hemos podido comentarlo y con comerciantes; tenemos serias dudas de que por debajo de la frontera del ocho como digo, por debajo ya del 9 pueda haber garantía de que evolucione favorablemente.

JERONIMO FERNANDEZ

—Digo que abundando en el tema, resulta que esto es el Seminario del aguacate, pero resulta que es el Seminario del aguacate para la exportación y para el mercado nacional; entonces el Bacon es de vital importancia para el mercado nacional. Primero por su condición de temprano y segundo por su condición de liso, que en los mercados nacionales, por la ignorancia que tenemos hoy, no se consume más que los lisos, y se cotizan a los precios más altos; con diferencia respecto al Hass, con mucha diferencia; sabiendo que el Hass tiene mucha más calidad que otra cualquier variedad lisa, pues en el mercado nacional no funciona más que los lisos, y dentro de los lisos el Bacon es uno de los que más se cotizan.

MODERADOR

—Nadie va a contradecirlo, yo creo que en el mercado nacional está casi todo por hacer, de todos modos y en cualquier caso nadie ha atacado al Bacon, bueno sí, creo que alguien ha dicho que no vale para la exportación; pero lo único que se está diciendo aquí es que se va a dejar que el mercado diga realmente la apreciación que tiene este fruto, o sea que, bueno, vamos a verlo.

ASISTENTE NO IDENTIFICADO

—Señores, por favor, yo creo que es una experiencia que tengo que agradecerle a todos y cada uno de ustedes porque realmente estoy aprendiendo muchísimo sobre las variedades, lo único que pasa es que al final estoy dudando qué pasa con los mercados tanto internacional como nacional; yo quisiera poner un símil quizás un poco desgraciado pero bastante significativo del tema: el mercado interior, el mercado nacional es la mujer, la propia de cada uno, quizás un poco más feucha, pero que duerme cada día con nosotros. No nos dejemos llevar por aquella niña casquivana que sólo nos quiere cuando tenemos buenos precios, que sólo nos quiere cuando estamos hermosos; si está en el mercado nacional todo por hacer y yo estoy aquí porque creo que hay que hacer una campaña de comunicación, por favor, demos lo mínimo que puedan comer los de fuera.

MODERADOR

—Vamos a dar por finalizada la mesa, ya que no hay más intervenciones.

TEMA: DIEZ AÑOS DE ENSAYOS SOBRE EL CULTIVO DEL AGUACATE EN LA ESTACION EXPERIMENTAL «LA MAYORA».

PONENTE: JOSE M. FARRE MASSIP, Investigador del Instituto Nacional de Investigaciones Agrarias, Departamento de Cultivos Subtropicales. La Mayora. C.S.I.C.

TEMA: DIEZ AÑOS DE ENSAYOS SOBRE EL CULTIVO DEL AGUACATE EN LA ESTACION EXPERIMENTAL «LA MAYORA».

PONENTE: JOSE M.^a FARRE MASSIP.

Los primeros árboles bordes de aguacate se plantaron en "La Mayora" en 1966-1967. Cuando me incorporé en 1969 a mi trabajo, había aproximadamente una hectárea plantada. Los presentes que estuvieran entonces cultivando aguacates recordarán los problemas de injerto e (l Hass especialmente parecía alérgico a ser injertado), riego (el aguacate parecía necesitar más agua que los demás frutales), hierbas, cultivo, etc., que implicaban el que la mayor parte de las plantaciones (incluida la de La Mayora) tuvieran un desarrollo lento y poco uniforme. El conseguir unas técnicas de vivero y cultivo semejantes a las de, por ejemplo, California, parecían en aquel momento un sueño difícil de alcanzar. El doctor Dieter Wiemberg, entonces director de la Estación, decidió que un técnico de La Mayora visitase California y México durante once meses, lo cual se hizo en 1970-71.

A mi regreso de California, donde se encontraron las máximas facilidades para el estudio, se pusieron inmediatamente a punto técnicas de vivero que permitieron, con el uso de buenas navajas e injerto de punta, obtener plantas de vivero injertadas y uniformes.

En aquellos primeros años se pusieron también a punto varios sistemas de riego por goteo con microtubo, con la colaboración de Michael Austin, técnico australiano que había trabajado con microtubo en su país. También se había observado que los árboles de aguacate crecían bien con película de polietileno negro u hoja de caña de azúcar. Como consecuencia de estos estudios previos se realizaron en 1973 (hace, pues, diez años) las primeras plantaciones experimentales con planta injertada, de buen desarrollo, regadas por goteo y con empajado de bagazo o polietileno negro.

ENSAYOS DE ABONADO

Los estudios previos realizados en el laboratorio de análisis por el Dr. Serafín Jaime, habían mostrado que en general los niveles de potasio eran bajos en toda la Costa del Sol. Los de fósforo eran, en cambio, normales. Con el fin de estudiar la evolución a corto y largo plazo de estos dos elementos se comenzaron dos ensayos en 1973 con los siguientes tratamientos:

Ensayo PK

Marco de plantación de los árboles 6 × 6 m.

P₀ K₀ sin fósforo ni potasio.

P₀ K₁ sin fósforo, con potasio.

P₁ K₀ con fósforo, sin potasio.

P₁ K₁ con fósforo y potasio.

Ensayo K

Marco de plantación 4 × 4 m.

K₀ sin potasio.

K₁ nivel bajo de potasio.

K₂ nivel medio de potasio.

K₃ nivel alto de potasio.

TEMA: DIEZ AÑOS DE ENSAYO DE CULTIVO DEL AGUACATE
 TABLA I
 PARCELA PK. APORTACIONES AL SUELO EN GRAMOS. ARBOL.-1 AÑO-1

Año	Tratamiento P0 K0			Tratamiento P0 K1			Tratamiento P1 K0			Tratamiento P1 K1		
	N	P2 O5	K2 O	N	P2 O5	K2 O	N	P2 O5	K2 O	N	P2 O5	K2 O
1973	30	0	0	30	0	240	30	140	0	30	140	240
1974	200	0	0	200	0	800	200	590	0	200	590	800
1975	460	0	0	460	0	900	460	590	0	460	590	900
1976	400	0	0	400	0	1.800	400	920	0	400	920	1.800
1977	460	0	0	460	0	2.250	460	1.130	0	460	1.130	2.250
1978	610	0	0	610	0	2.250	610	1.130	0	610	1.130	2.250
1979	580	0	0	580	0	2.140	580	1.150	0	580	1.150	2.140
1980	430	0	0	430	0	2.250	430	1.150	0	430	1.150	2.250
1981	430	0	0	430	0	2.250	430	1.150	0	430	1.150	2.250

TEMA: DIEZ AÑOS DE ENSAYO DE CULTIVO DEL AGUACATE
 TABLA II
 PARCELA K. APORTACIONES AL SUELO EN GRAMOS. ARBOL.-1 AÑO-1

Año	Tratamiento K0			Tratamiento K1			Tratamiento K2			Tratamiento K3		
	N	P2 O5	K2 O	N	P2 O5	K2 O	N	P2 O5	K2 O	N	P2 O5	K2 O
1973	7	0	0	7	0	0	7	0	0	7	0	0
1974	40	0	0	40	0	0	40	0	0	40	0	0
1975	260	0	0	260	0	0	260	0	0	260	0	0
1976	640	830	0	640	830	800	640	830	1.200	640	830	1.600
1977	230	220	0	230	220	800	230	220	1.200	230	220	1.600
1978	330	0	0	330	0	1.450	330	0	2.150	330	0	2.850
1979	310	0	0	310	0	1.350	310	0	2.000	310	0	2.650
1980	220	0	0	220	0	1.450	220	0	2.150	220	0	2.850
1981	220	0	0	220	0	1.450	220	0	2.150	220	0	2.850

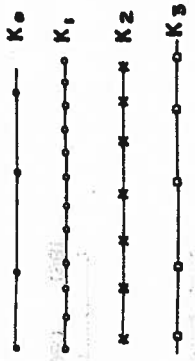
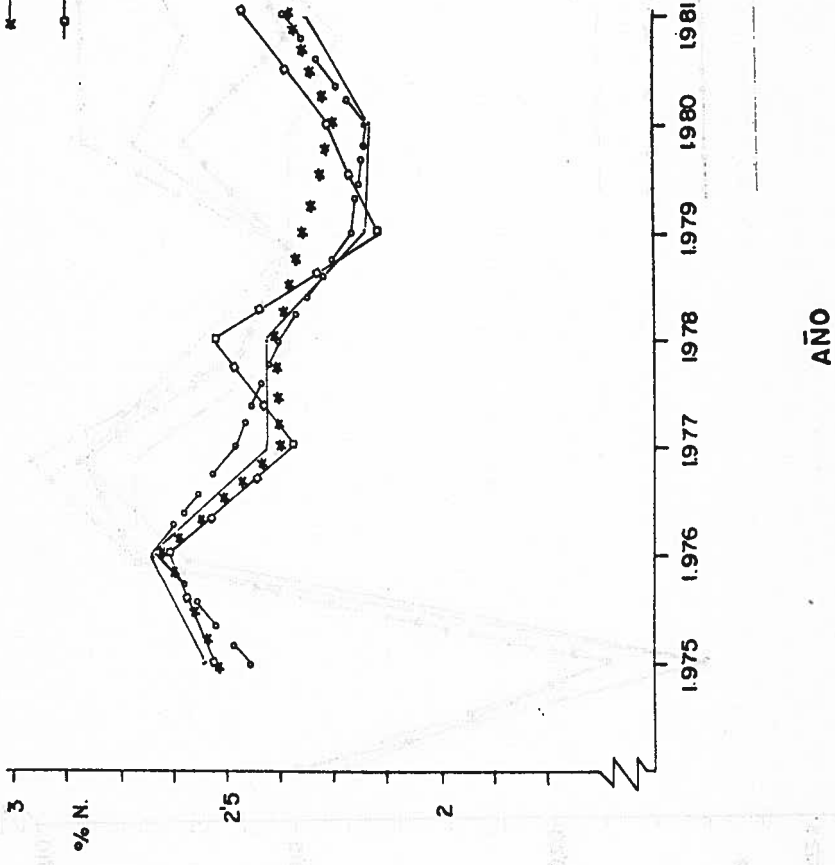


Fig. 1

Parcela K.
 Porcentaje de N en hoja
 de primavera muestreada
 en otoño.



AÑO

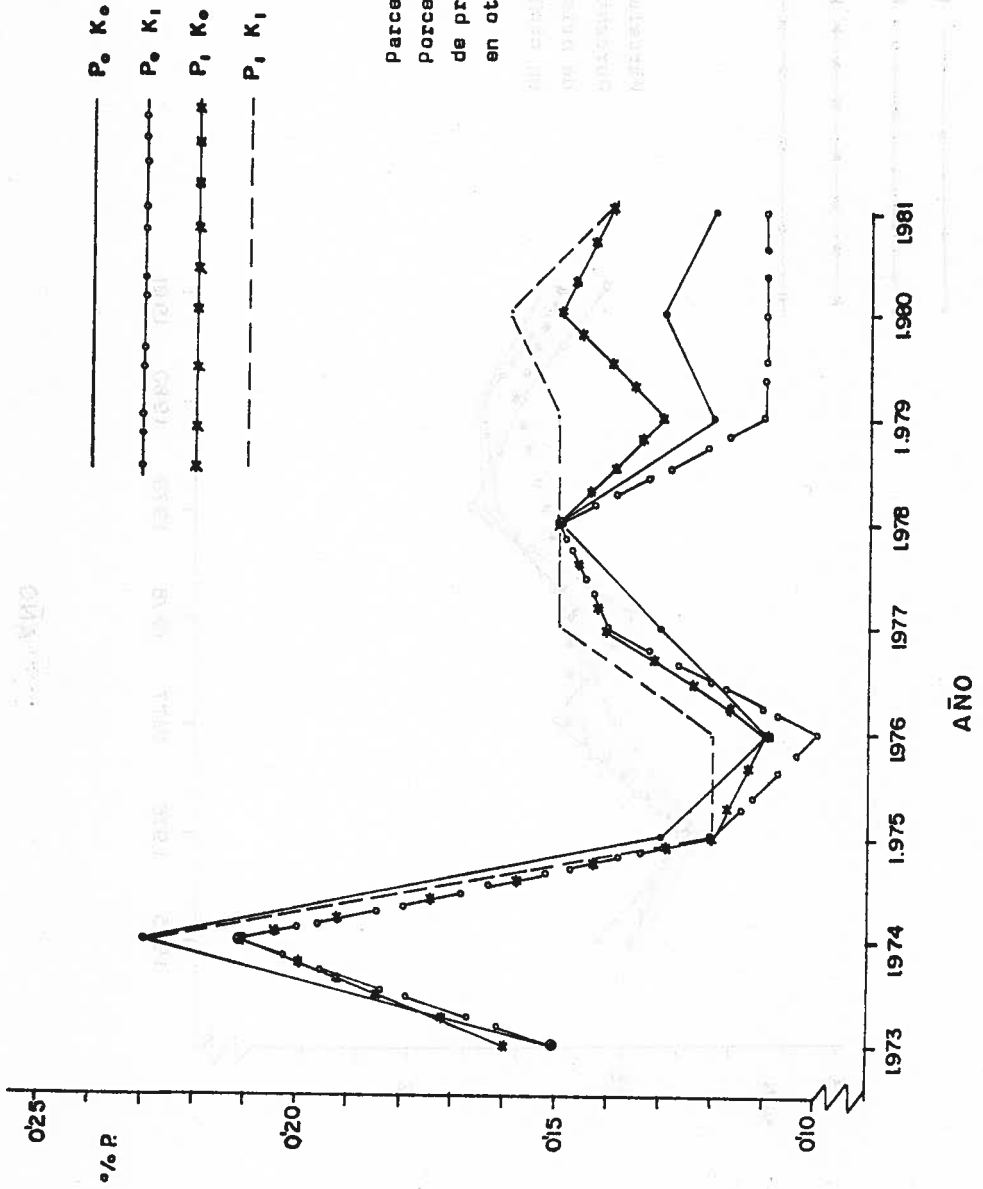


Fig. 2

Parcela PK.
 Porcentaje de P en hoja
 de primavera muestreada
 en otoño.

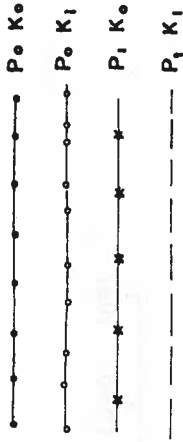
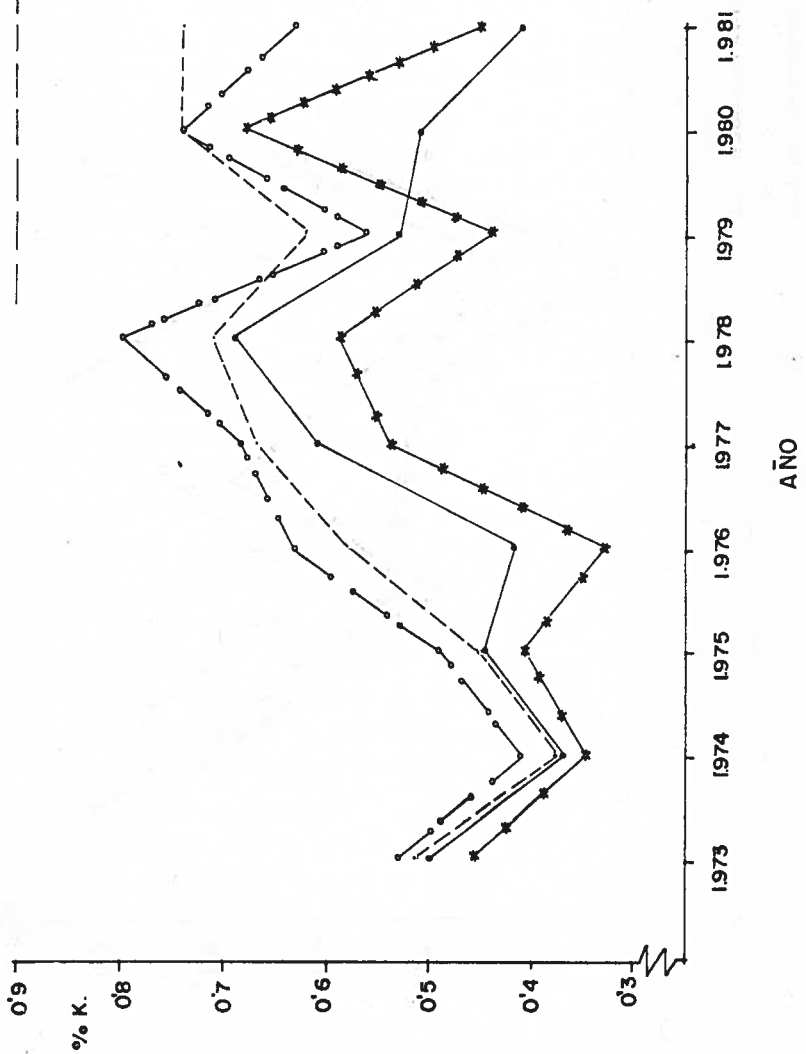


Fig. 3

Parcela PK.
 Porcentaje de K en hoja
 de primavera muestreada
 en otoño.



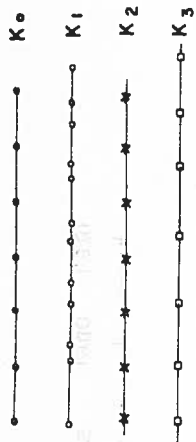
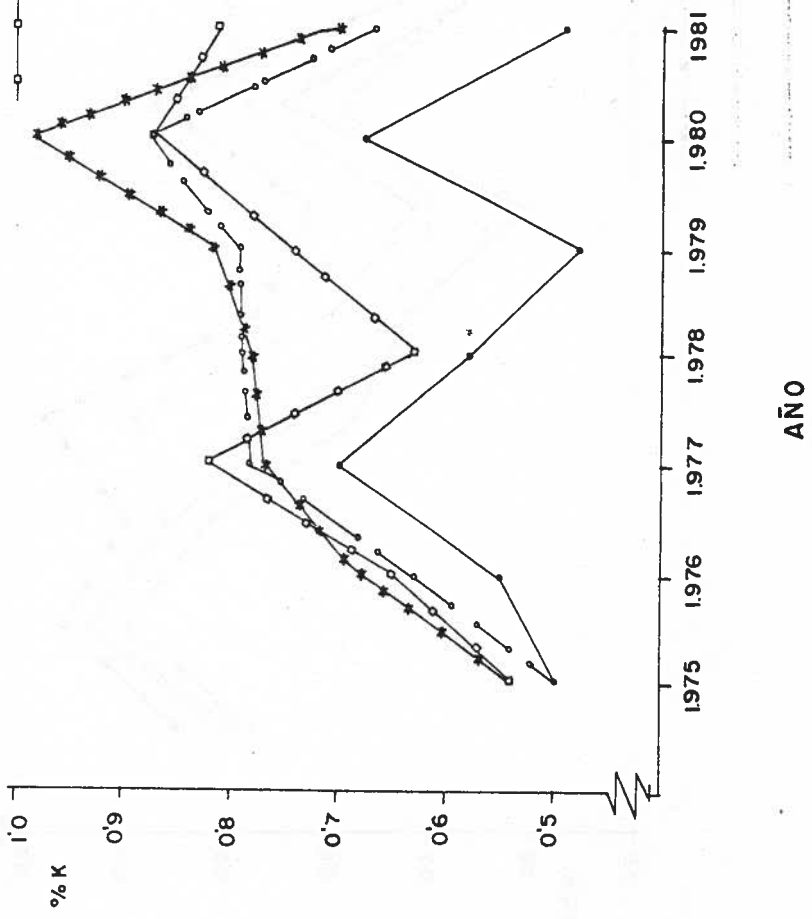


Fig. 4
Parcela K.
Porcentaje de K en hoja
de primavera muestreada
en otoño.



En este segundo ensayo no se aplicó fósforo.

Los nutrientes aportados se detallan en las tablas I y II.

En ninguno de los dos ensayos se han presentado diferencias de crecimiento ni producción entre los distintos tratamientos. Sí han habido diferencias claras en contenido de nutrientes en hoja. La figura 1 muestra la evolución del contenido de nitrógeno en hoja en una de las parcelas. Como puede observarse en las tablas, los aportes de nitrógeno se han reducido en los últimos años, con el fin de que los niveles en hoja no estuvieran excesivamente por encima del 2 por ciento.

La figura 2 muestra los contenidos de fósforo en hoja. Las primeras diferencias se observaron a los seis años del comienzo de la experiencia.

Las figuras 3 y 4 muestran los contenidos de potasio en hoja. La respuesta a la aplicación de potasio parece ser más rápida que al fósforo. Mantenimiento del suelo

En 1973 el problema pendiente más importante era cómo eliminar las hierbas. En 1973 y 1974 se realizaron los primeros ensayos en vivero y campo con una serie de herbicidas. Los más prometedores resultaron ser Simazina y Caragard en preemergencia y la sal amónica de 2,4—D + Aminotriazol en combinación como herbicidas de postemergencia, contra las perennes grama, cañota, corre güela y castañuela. Desde 1975 se ha usado glifosato (Roundup) para el control de perennes.

Con el fin de comparar los distintos sistemas de mantenimiento del suelo se implantó en noviembre de 1974 un ensayo comparando:

Suelo cultivado convencionalmente.

Suelo con bagazo.

Suelo con herbicida.

Suelo con césped natural segado.

Los resultados de este ensayo se muestran en la tabla III.

TABLA III

Manejo del suelo en aguacate.

	Producción en Kgs./árbol 1978-1982	Area de tronco. cm ² Dic./1982	Tamaño medio del fruto gramos
Cultivo	207.7	316	235
Herbicida	186.6	370	243
Bagazo	244.6	383	240
Prado	219.7	292	228

Vistos los resultados, que durante los primeros años mostraron un mejor crecimiento vegetativo de los árboles con bagazo o herbicida, se comenzó en 1979 un nuevo ensayo en que se comparaban estos dos tratamientos, pero con un mayor número de repeticiones.

Dos nuevos tratamientos fueron introducidos en este ensayo:

Suelo cubierto con película de polietileno transparente.

Suelo cubierto con placas de porexpan (poliestireno expandido).

El objetivo era ver si el efecto positivo del empajado podía ser debido a su efecto sobre la temperatura del suelo o a otras razones.

Con el fin de separar el efecto de la cobertura del suelo del de los herbicidas usados, se compararon dentro de cada tratamiento árboles que recibían herbicidas de preemergencia (Caragard) con otros que recibían herbicidas de contacto (Paraquat) y translocación interna (glifosato).

Los resultados pueden verse en la tabla IV.

TABLA IV
Mantenimiento del suelo. Comienzo 1979

	Superficie del tronco 12/1982 en cm. ²	INDICE
Caragard + Roundup + Paraquat	106	(100)
Paraquat + Roundup	110	(104)
Bagazo + Caragard + Roundup + Paraquat Bagazo +	132	(124)
Roundup + Paraquat	128	(120)

Se comprueba una vez más que los árboles con bagazo han tenido un crecimiento vegetativo en los cuatro primeros años mejor que los árboles con herbicida. Este efecto es independiente del tipo de herbicida utilizado.

Los árboles con polietileno transparente o porexpan crecieron igual o más que los árboles con bagazo.

Existía la posibilidad de que el mejor comportamiento de los árboles con bagazo fuera debido a que éste protege del sol a los tubos negros de goteo, con lo que el agua de riego en árboles con bagazo estaría más fría que sin él.

Con el fin de determinarlo, se montó en 1980 un ensayo comparando filas de árboles, todos con bagazo, algunos de los cuales tenían el tubo de goteo al aire y otros lo tenían enterrado bajo el bagazo. El riego se efectuaba desde las 8,30 h. hasta las 13 ó 14 h.

Los resultados se muestran en la tabla V.

TABLA V

Tuberías de goteo por encima o debajo del bagazo
Incremento de área de tronco (5/81 a 9/82) en %

	1 ^{er} tercio	2. ^o tercio	3 ^{er} tercio	Media
Tubería al aire	291	293	428	337
Tubería enterrada	292	288	252	277

Los árboles con tubería al aire crecieron por tanto más que los de tubería enterrada y la razón de lo que podría parecer una contradicción está en la Fig. 5. En ella se observa que, aunque la temperatura del agua de riego en tubería al aire es de 32-35° C en los últimos goteros de la fila, la del suelo a sólo 3 cms. de profundidad es, para los mismos goteros, de 30° C. Seguramente a una distancia de 10 cms. del gotero la temperatura del suelo no alcanza los 27-28° C, por lo que el crecimiento no se disminuye en verano.

Por otra parte, un leve calentamiento del agua en primavera es posiblemente beneficioso, lo cual se traduciría en un mayor crecimiento de los árboles del último tercio. (Tabla V.) En este ensayo se observaron el número de goteros obturados con tubos al aire y enterrados. Aunque las precipitaciones son lógicamente mayores a alta temperatura, el porcentaje fue tan bajo que no hubo diferencias entre tratamientos. Esta parcela tenía filtro de arena.

RIEGO

No se han realizado estudios comparativos entre sistemas distintos de riego, aunque en la experiencia realizada en Churriana, que mencionaremos más tarde, no se observaron diferencias entre árboles con goteo y otros suplementados con un pulverizador bajo el follaje durante un período de dos años.

En "La Mayora" se ha observado accidentalmente que cuando existe una reducción de aproximadamente un 30% en el volumen de agua aplicada por el gotero, se producen disminuciones de crecimiento e incluso producción. La cuestión está en dilucidar en qué período del año es el agua más crítica. Parece evidente que en el período junio-septiembre el suelo debe mantenerse húmedo (pero no encharcado), por ser el de máximo crecimiento y demanda evaporativa. Se ha observado, por otra parte, que en plantaciones poco regadas en el período noviembre-mayo tiende a incrementarse el problema de exceso de floración y consiguiente pelado en Hass. En los últimos tres años se ha estudiado en "La Mayora" la influencia del riego en el período marzo-mayo en el crecimiento y producción del aguacate Hass. Los resultados se muestran en la tabla VI.

Fig. 5

Temperaturas de agua y suelo superficial
en un sistema de riego por goteo.

Verano de 1981 (15/6 a 14/7)

Distancia entre goteros 4 m.

Hora de medida 11 a 13.30 h.

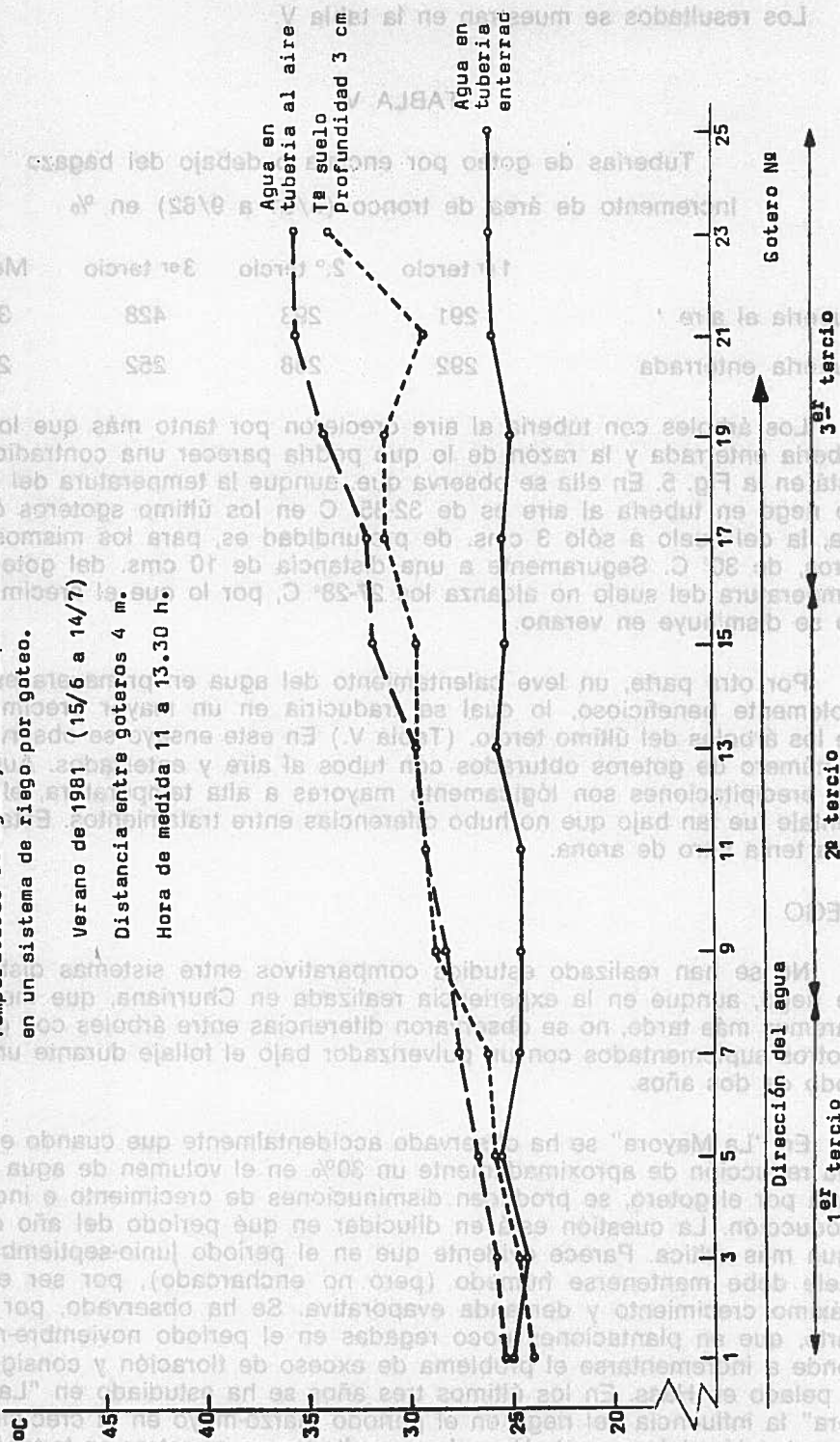


TABLA VI**Influencia del riego en primavera en el crecimiento y la producción**

	Area del tronco cm ² (12/1982)	Cosecha Kgs/árbol	Tamaño fruto (grs)
Bagazo	104.7	11.1	243
Herbicida	89.9	11.8	254
Bagazo + Riego intensivo	99.3	9.8	256
Herbicida + Riego intensivo	102.3	11.3	257

Los árboles mal regados recibieron agua cada aproximadamente un mes, cuando la tensión matricial en suelo llevaba ya varios días por encima del rango del tensiómetro. Los bien regados recibieron agua 1-2 veces por semana cuando no llovía, con el fin de mantener la lectura del tensiómetro por debajo de 30 centímetros de mercurio.

Según estos resultados, no parece pues que el riego frecuente sea esencial en la primavera. Convendría estudiar en el futuro la necesidad del riego en otoño e invierno. Desde 1975 los riegos en "La Mayora" se han controlado mediante tensiómetros económicos de mercurio.

ASPERSION DE AGUA SOBRE EL FOLLAJE EN VERANO PARA REDUCIR LA TEMPERATURA DE LAS HOJAS

Especialmente en la variedad Hass se produce, en años de fuerte floración, una caída de la hoja vieja en abril-mayo, con lo que las ramas son quemadas por el sol y la brotación resulta deficiente. El tamaño del fruto producido por estos árboles es inferior al normal. Con el fin de reducir este problema, se planteó en 1977 un primer ensayo, con Hass, de aplicación intermitente de agua sobre el follaje. El sistema aplicaba agua en ciclos de dos minutos de marcha y 13-15 de parada. El tiempo de funcionamiento con este ciclo era 8-9 horas/día en el período julio-agosto, con menos horas en junio y septiembre. En días de terral el sistema funcionaba hasta 12 horas.

Los resultados se muestran en las tablas VII y VIII. Estos buenos resultados animaron al agricultor a incrementar la superficie cubierta en una hectárea usando aspersores de martillo de tipo convencional. Solamente se han tenido observaciones de un año, con la variedad Fuerte, en esta parcela, confirmándose los buenos resultados del ensayo anterior.

En 1981 se comenzó en "La Mayora" un ambicioso ensayo de aspersión sobre el follaje, con el fin de obtener información más detallada sobre la temperatura óptima en la hoja del aguacate. En él se comparan:

Arboles testigo regados por goteo diariamente.

Arboles en los que la temperatura de la hoja se permite subir hasta los 30° C (también regadas por goteo).

Arboles en los que la temperatura de la hoja se permite subir hasta los 34,5° C (también regadas por goteo).

Arboles en los que la temperatura de la hoja se permite subir hasta los 39° C (también regadas por goteo).

Se pretende así determinar si las temperaturas excesivas se presentan en la mayoría de los días del verano (temperatura de hoja 34° C) o solamente en los días de terral, que es cuando dicha temperatura alcanza los 39° C. Los resultados hasta el momento se muestran en la tabla IX.

NUEVAS VARIEDADES

De las variedades nuevas en experimentación la Reed puede presentar un cierto interés si el fruto no cae prematuramente. En algunos casos se ha conseguido retener el fruto hasta agosto-septiembre. De ocurrir siempre así la variedad sería interesante, pues la calidad es entonces muy buena.

Se han recogido algunos frutos de Pinkerton. No creemos que pueda substituir a a Hass, pero quizás tenga posibilidades en la temporada del Fuerte. De las variedades experimentadas ninguna otra se ha mostrado de interés hasta el momento.

OBTENCION DE SEMILLAS PARA PORTAINJERTOS

Además de realizar una colección de variedades para su posible uso como portainjertos, se instaló en 1973 una parcela de una hectárea para la obtención de semillas de la variedad Topa-Topa, en colaboración con la Diputación Provincial de Málaga. Aunque parece difícil que se alcance la producción prevista de 50.000 semillas anuales, esta plantación colabora eficazmente al suministro parcial del mercado.

MECANIZACION EN EL CULTIVO DEL AGUACATE

Durante los últimos años se han experimentado varias máquinas que tendrán sin duda uso en el futuro:

Carros recogedores y cajas pallot.

Elevadores hidráulicos para la recogida.

Picadoras de rama de poda.

El empleo de estas máquinas facilitará los trabajos en la plantación.

Debe tenerse muy en cuenta la existencia de éstas, y probablemente otras posibilidades de mecanización al realizar una nueva transformación en regadío.

Nota.—Los análisis aquí expuestos, más otros muchos realizados en los pasados diez años, se han hecho en el laboratorio del Dr. Serafín Jaime. José M.^a Hermoso, Perito Agrícola, ha montado y mantenido todos los ensayos. La mayor parte de las determinaciones de campo y analíticas han sido realizadas por los auxiliares de investigación Miguel Rueda y María Victoria Martín.

TABLA VII

APLICACION INTERMITENTE DE AGUA POR ENCIMA DEL FOLLAJE
(Churriana).

Incremento de área de tronco desde mayo 1977 a enero 1980.

Aspersión por encima	57,1%
Aspersión por debajo	45,1%
Goteo	43,0%

TABLA VIII

APLICACION INTERMITENTE DE AGUA POR ENCIMA DEL FOLLAJE
(Churriana).

Variedad Hass

Cosecha en Kgs. árbol⁻¹

	1977/78	1978/79	1979/80	Media
Aspersión por encima	108	76,8	154,3	113,0
Aspersión por debajo	114,0	24,1	170,5	102,8
Goteo	81,7	56,3	137,6	91,8

$$\frac{\text{Aspersión por encima}}{\text{Testigo}} = 1,23$$

TABLA IX

AMBIENTACION (LA MAYORA) 1982

Variedad Hass

	% A Superficie tronco 1/82 a 9/82	Cosecha Kgs. árbol ⁻¹	Productividad grs. cm. ² de tronco	Peso medio del fruto grs.
Testigo	13,8	42,6	170	213
P ₃ (39° C)	11,0	41,7	174	221
P ₂ ((34,5° C)	12,9	46,2	202	223
P ₁ (30° C)	20,4	50,6	215	224

~32° C en 1981

D M S 2,9 **

COLOQUIO

P.—Se ha hablado de la seca en primavera, que puede coincidir con el tiempo de floración, pero no se ha hablado del abonado o no abonado en tiempo de floración. ¿Qué nos puede decir al respecto?

R.—Nosotros no hemos hecho ninguna experiencia de abonado en distintas épocas del año, ni sabemos de ninguna experiencia que se haya realizado en otro país, variando los abonados según fechas. Aunque existe la costumbre de que cuando un árbol tiene mucha fruta cuajada un año, en el mes de mayo o primeros de junio se le dobla la cantidad de nitrógeno en esta época, porque se cree que puede hacer que brote más. Nosotros esto lo hemos venido haciendo más o menos de rutina, pero sin ningún tipo de base científica. Lo único que puedo decirles es que se hace y no parece malo.

P.—Tengo problemas en algunos árboles debido al calor. Los que tienen demasiado recacha, tienen problemas de protopulvinaria. Le he puesto mucho oído a esto del refresco. ¿Sería bueno o malo ponerle el riego de refresco para los efectos de la tizne que les cae?

R.—La protopulvinaria es una cochinilla que ataca al aguacate; se está extendiendo por toda la zona y acabará apareciendo en todas las plantaciones. En el experimento de Churriana, en esta finca, hay protopulvinaria y nosotros no hemos visto ninguna diferencia entre los árboles que tienen aspersión y los que no. Sin embargo, en esta finca, a nivel no científico, se han controlado las hormigas con un tratamiento al suelo, no al árbol; concretamente diazinón granulado, que hay que aplicarlo dos veces al año (hace años había otros productos, pero los quitaron del mercado). Esta finca está controlando hormigas desde el año 77, aproximadamente.

En teoría, debería favorecerle el riego por aspersión a la protopulvinaria por la razón, como dicen los expertos en plagas, de que, como todas las cochinillas, cuando vienen unos días de terral fuerte se mueren muchas, porque se secan, tienen una cascarilla fina, la blanquita, la larva, y el bicho se muere. O sea, que, en teoría, el ambiente más seco debería matarle más que el ambiente húmedo, pero nosotros allí no hemos visto ninguna diferencia.

P.—Cuando ha hablado de tensiómetros, quería saber cuál es la tensión ideal para hacer un buen riego.

R.—Los tensiómetros son importantes en el verano, que es el período en que el riego tiene que hacerse con alta frecuencia. En este período es muy fácil decir cuál es el óptimo; es mucho más difícil hacerlo. Voy a decirlo y a intentar decir cómo hacerlo. Decirlo es que el tensiómetro debe estar el mínimo tiempo posible por debajo de 5 centímetros de mercurio (5 centímetros de mercurio son, aproximadamente, 7 centivares). Lo cual no significa que no vaya a estar algún tiempo porque tiene que estar. Evidentemente, cuando estoy regando el tensiómetro se mete prácticamente a cero en riego por goteo; tiene que bajar, pero el tiempo que esté por debajo de eso que no sean días, sino que sean horas, y, después, que no suba por encima de 20 centímetros de mercurio, que son lo equivalente a unos 27128 centivares. Esto es lo óptimo.

Ahora, la cuestión es cómo se hace esto: Evidentemente, hay que ir al riego diario, y por las mañanas; esto, por supuesto, es en verano. El sistema ideal de mantenimiento de riego por goteo es el siguiente: El señor llega todas las mañanas, ve los tensiómetros y lee una tensión, que puede estar en 7 ó en 10 ó en 20 cm. de mercurio (hay que multiplicar por 1,3 para pasar de cm. de mercurio a centivar). Entonces este señor aplica una fórmula de sentido común, que es muy sencilla. ¿Cuánta agua eché yo ayer? (en horas); el tensiómetro está en 7 (esto es bastante bajo). ¿El día de hoy es semejante al de ayer? Sí. Entonces, voy a aplicar un poquito menos de agua que apliqué ayer.

Al revés, si ese tensiómetro por la mañana está en 25, decimos que ayer echamos poca agua, y el día de hoy es semejante al de ayer, le voy a aplicar un poquito más de lo que le apliqué ayer.

Ahora bien, si el día es distinto, por ejemplo, ayer fue un día medio de verano, y hoy es un día de terral; entonces, aunque el tensiómetro lo tenga a 7 no me voy a preocupar. Sí le voy a dar una cantidad de horas importante, porque yo sé que hoy va a haber una demanda evaporativa grande.

Estas son las reglas que debe tener en cuenta el manejador de un sistema de riego de precisión. Que el individuo que esté en el campo sea capaz de realizar este razonamiento o no va a distinguir de si es una persona capacitada o no.

P.—Yo sé de muchos agricultores que tienen tensiómetros abandonados porque no dan resultado. ¿Nos puede recomendar marcas, modelos o algún tipo determinado que sea fiable?

R.—Yo me atrevería a decir que todos los tensiómetros funcionan. Naturalmente, hay más caros, más baratos, más duros y menos duros, pero eso es un poco como un sistema de riego por goteo, hay algunos casos que pueden ser escandalosos, pero el resto de los sistemas de riego por goteo funciona bien. En los tensiómetros creo que igual, cuando se monten bien y se tengan bien, pues todos funcionarán. Si están abandonados, esencialmente es porque el señor que los maneja no tiene capacidad para manejarlos, para realizar estos tres o cuatro pensamientos que tiene que hacer cada mañana.

P.—Sabemos que hay una hectárea con instalación de aspersión por las hojas. Sería interesante saber qué grado de inversión se hizo, aunque ya estará desfasado por el tiempo, para este sistema.

R.—Eso depende mucho de la infraestructura que tenga la finca. Si la finca tiene una infraestructura de grupo motor bien dimensionado y tiene una infraestructura de tuberías de fibrocemento de diámetros grandes, o sea, el esqueleto de la finca, aunque después tenga un sistema de riego por goteo, que en algunos casos no se podrá utilizar; es decir, que hay una parte de la red que es utilizable, entonces el costo extra es relativamente pequeño. Un aspersor debe costar ahora alrededor de 1.000 pesetas; un tubo con un poste de cemento puede costar de 700 a 800 pesetas; cada torre de éstas cuesta 1.800 pesetas, aproximadamente. Unos cuarenta aspersores por hectárea, que, multiplicado por 1.800, son unas 80.000 pesetas, esto es lo que cuestan las torres, los tubitos, las cone-

xiones, etc. Ahora, hay que llevar el agua; se necesitan unas tuberías de PVC, que son un poco más gordas que las de riego por goteo, depende del motor. Es difícil hablar de cuánto va a costar, pero podríamos decir que está entre 130.000 pesetas, 140.000 y quizás 300.000 pesetas, dependiendo de que no tenga nada a que tenga una buena infraestructura, y la mano de obra, aunque eso se monta muy rápido.

P.—Antes había comentado que había cierta lentitud en la asimilación del Fósforo aportándolo a través del suelo. ¿Tiene alguna experiencia en cuanto a asimilación foliar, de aspersiones foliares, y ya no solamente del fósforo, sino de potasa, microelementos y aminoácidos, etc.?

R.—El fósforo no lo hemos intentado nunca por las hojas. Hemos utilizado nitrato potásico en algunas ocasiones, con el fin de levantar los niveles de potasio que nos parecían tan bajos, durante dos años; ya hemos dejado de intentarlo, porque no somos capaces de subirlo; parece que por la hoja no toma nada, lo cual coincide con la bibliografía. Si se quiere conseguir, de acuerdo con una conversación que hemos tenido con la autoridad americana, el profesor Emberton, él sugirió la posibilidad de utilizar grandes concentraciones de nitrato potásico a base de tratamientos por la noche, para no quemar la planta. Eso sería bonito intentarlo, pero esto está todavía en entelequia. Ponerse a tratar por la noche ya presenta dificultades, la máquina se puede caer... En principio, no tenemos pensado probarlo.

En cuanto a los famosos aminoácidos, aquí está Matías Sanz, que es compañero nuestro, que trabaja en horticultura, que está haciendo unas experiencias con aminoácidos en horticultura, y nosotros estamos esperando que él obtenga resultados en plantas que tiene una buena cantidad de hojas y que se sabe que toma el producto bien, y si él obtiene buenos resultados, entonces es cuando nosotros lo intentaremos en aguacate, que se sabe que es un árbol que toma las cosas por las hojas mal. Hasta que él no demuestre en plantas que lo tomen bien, no pensamos probarlo en plantas que lo toman mal.

Aplicamos sulfato de zinc por las hojas todos los años; porque el nivel es un poco bajo y lo aplicamos en el mes de junio y a veces en septiembre, cuando hay una brotación. Aunque en los análisis foliares sale zinc, eso no quiere decir que esté dentro de la planta, sino que puede estar fuera; parece que a la planta no le hace daño. Hay una discusión a nivel internacional entre un equipo de Israel, que dice que el aguacate apenas toma zinc por las hojas, y un equipo americano, que dice que el aguacate sí toma zinc por las hojas. Pienso que cuando los científicos no se ponen de acuerdo, el tema no debe estar muy claro. Cuesta poco hacer un tratamiento o dos de zinc, que supongo que algo le beneficiará. Sería interesante, y parece que se ha empezado a probar, y que puede ir bien, algún quelato de zinc para aplicarlo a través del riego por goteo. Nosotros probamos el zinc en suelo hace muchísimos años y no nos fue bien; ahora bien, es posible que a través del riego por goteo un quelato de zinc pueda ser absorbido. En tal caso, sería un sistema muy elegante de aplicarlo y de hecho eso lo estamos probando, pero sin resultados todavía.

P.—Cuando hay una brotación tardía en el aguacate y se le cae la hoja, quizá porque no tiene suficiente consistencia. ¿Podría ser debido a una falta de microelementos?

R.—Si le puede caer la hoja, ocurre con mucha frecuencia. Yo creo que no es una falta de microelementos, pero eso no pasa de ser una sospecha. Hay algunos microelementos que están bajos, como el boro, el cobre. Hacer una experimentación con boro y cobre, nosotros no la hemos hecho, y hasta que esto no se experimentara no se podrá saber.

P.—Parece como si no madurara bien el brote.

R.—¿En qué fecha ocurre esto? ¿En la de otoño? Ese no es un caso que nosotros hayamos observado. Yo me refería al pelado de primavera.

P.—Para el control de análisis foliares, hay una tabla fiable ya en "La Mayora".

R.—Bueno, en el libro de Alvarez de la Peña se publican las tablas, por ejemplo.

P.—Pero esta tabla es de California.

R.—No. Esa tabla es internacional. Está sacada de datos internacionales y, que yo sepa, todo el mundo utiliza la misma tabla: California, Florida, Israel... Esa tabla da una idea buena, yo creo.

P.—¿Con qué índice de calidad de agua se puede hacer esta nebulización de que nos ha hablado? ¿Y hasta qué punto puede ser interesante que los árboles tomen un gran desarrollo?

R.—Nosotros hemos hecho estos ensayos con dos tipos de agua. Una muy buena, comparada con el agua del Río Verde. Por ejemplo, había una en Churriana, creo que ligeramente mejor que la antigua agua del Río Verde, y otra en "La Mayora", que era peor en el sentido de que tenía más bicarbonato cálcico y magnésico, más cloruros, aunque no era salina. El agua, en cuanto al carbonato cálcico, no parece ser un factor limitante importante; lo que sí puede serlo es la salinidad, aunque nosotros no lo hemos probado.

En cuanto al tamaño del árbol, evidentemente el árbol se va a hacer más grande por lo que estamos viendo en todos los ensayos. Esto no tiene remedio. Estamos empezando ensayos de poda, con el fin de intentar reducir la alternancia del Hass y, de paso, toda poda implica posiblemente la disminución del tamaño del árbol. Cuando el árbol está bien, no solamente produce más, sino que crece más. Cómo alterar ese balance, que el árbol crezca un poquito menos y produzca más, se ha hecho, por ejemplo, en manzanas, pero esto es una línea de investigación que nosotros no estamos tocando.

MESA REDONDA: ESTUDIO DEL MERCADO NACIONAL. SITUACION ACTUAL. NORMAS DE CALIDAD Y LA PROBLEMATICA DE SU APLICACION.

MODERADOR: MARIANO CRUZ ROMERO, Jefe del Negociado de Comercialización de Granada. Junta de Andalucía.

PONENTES: JULIAN DIAZ ROBLEDO, Mercado de Madrid.

PEDRO SITJAR, Mercado de Barcelona.

LUIS REYES RUIZ, Mercado de Málaga.

VALERIANO DELGADO LOPEZ, Mercado de Granada.

ANTONIO JERONIMO, Comerciante nacional. Almuñécar. Granada.

MESA REDONDA: ESTUDIO DEL MERCADO NACIONAL. SITUACION ACTUAL. NORMAS DE CALIDAD Y LA PROBLEMATICA DE SU APLICACION.

MODERADOR: MARIANO CRUZ ROMERO.

Los componentes de la Mesa son los previstos, menos Rafael García, del mercado de Valencia, que, por enfermedad, es sustituido por Antonio Jerónimo, que es una persona muy conocida en la zona, y por todos los aquí presentes.

A partir de ahora tocaremos temas más directos y conflictivos, en vez de temas teóricos. El mercado nacional es, según lo que hemos visto en toda la exposición del Seminario, nuestro futuro. Es el futuro del aguacate por ahora y en muchos años. Ahí tenemos toda una mina sin explotar.

Los ponentes somos nosotros a modo de decoración, creo que esta Mesa tiene que recibir lo que tenga que decir cada uno de los componentes del Seminario.

Creo que en cuanto a aguacate, para el volumen que tenemos, estamos mucho más informados que cualquier otro sector de la nación con mucho menos volumen económico. Realmente hemos sido unos pioneros. Este es el II Seminario y en el 79 hubo dos conferencias, específicas de aguacate, en los actos de la Semana Verde. Entonces, antes de conocer al amigo Sachar, Antonio D'Costa, cuando aún no exportábamos un kilo de aguacate nos expuso con detalle el comportamiento de los israelitas en el mercado inglés. Hemos tomado el asunto con anticipación, de los pocos que hemos tomado con anticipación, y creo que nosotros estamos en condiciones de aportar. En los contactos que he tenido aquí, con los del "lugar", que son para mí los contactos más reales, dicen que ya está bien de aguacate, ¿qué pasa con el chirimoyo?, ¿el níspero? Yo les contesto con una cosa que veo muy clara: si conseguimos despegar, orientar, ordenar el mercado del aguacate, eso nos servirá de ejemplo para orientar cualquier otros sectores de los que aquí tenemos. Luego será muy fácil subimos en el carro del aguacate para resolver los problemas del chirimoyo, con el aporte de parte específica de cada tema, pero los problemas estructurales nos servirán para los otros cultivos. Por eso, los participantes en el Seminario debéis aportar vuestras ideas, para hacer lo que tengamos ganas de hacer, porque el problema hay que resolverlo partiendo de nuestra etapa histórica y no copiando lo que se hace en tal sitio.

Soy optimista en extremo, en contra de lo que aquí los amigos Calatrava y Shachar han dicho, con el sector del aguacate en esta zona, en el mercado nacional, y en España concretamente. Soy optimista porque está todo por hacer y soy pesimista, y perdona, Shachar, con Israel, porque está todo tan bien hecho que será difícil mejorarlo. Será muy difícil que con vuestros medios, vuestra disciplina y vuestro trabajo, conseguir avanzar algo más. Pero lo nuestro lo veo muy fácil, con un poco de unión y otro poco de orden. O sea, que el pesimismo lo veo en la superación de Israel y el optimismo en el futuro de nuestros mercados. Todo pensando que urgentemente se una el sector y se comience a trabajar. De

lo contrario, seremos invadidos por los israelitas o similares para preparar un futuro a su medida.

Partimos para ordenar el mercado nacional de unas reuniones que se han tenido para enfocar este tema. Se han recibido aportaciones y ofrecimientos de colaboración muy interesantes. Todo ello nos llevará, al concluir estas jornadas, a un año de trabajo a donde participarán los sectores y técnicos implicados en el tema. Con soluciones prácticas y realistas, haremos una información adecuada, para implicar al mayor número posible de personas del sector en las "normas y caminos" que nos vamos a obligar a recorrer en un futuro inmediato.

Todo se hará a base de contactos in situ. ¿Qué ofrecimientos tenemos? El primer ofrecimiento es de la Administración. Ya el Consejero, don Miguel Manaute, en la Diputación de Granada, dijo que su ofrecimiento era incondicional en cuanto al esclarecimiento del mercado nacional. Prestaría su apoyo a nivel técnico, de funcionarios y de todo lo que la Administración pueda aportar. Le parecía una gran experiencia para nosotros mismos y paso previo para mejorar el mercado exterior. Los métodos pueden ser muy variados, desde empezar a estudiar ciudad por ciudad en vez de la gran batalla. Si vendemos adecuadamente en Valladolid, venderemos en La Coruña.

De nuestro amigo Shachar hemos oído lo que hicieron para abrirse un mercado muy parecido al nuestro, con un condicionamiento también muy parecido en estos momentos a cuando ellos empezaron. Tenemos su ofrecimiento para aportarnos las ideas del sistema que ellos usaron para abrirse su mercado nacional. (Ellos están muy interesados en que consumamos más.)

Un grupo extranjero muy interesante, y ahora en la segunda conferencia nos daremos cuenta hasta qué punto son expertos en aguacate, nos han ofrecido aportar también todo lo que allí se ha hecho, se hace y se tiene el proyecto de hacer con el tema de aguacate en esos países. El ofrecimiento más importante es de un grupo de productores, pero productores reunidos, no un productor solo que se hace grande, sino un grupo de productores dispuestos a coger el toro por los cuernos. Y eso será lo que nos llevará al camino, porque de nada sirven ofrecimientos externos, cuando la necesidad interna no existe. Parece que se siente una necesidad en la zona y eso me parece muy serio.

Ahora expondrá el tema cada uno de los componentes de la Mesa y vamos a hablar de ideas concretas, de lo que queremos que sea el mercado nacional.

Queremos que se intervenga en el orden que les parezca. Unos minoristas aquí presentes, como Félix Vázquez, Jesús Martínez, con el papel fundamental que tiene un minorista, hombre que está detrás del mostrador, hablando con el comprador directo, explicando, variando las recetas, etc. En canales superiores de mercados, tenemos el más importante de España, Andrés Ruiz, que creo que nos aportará todo lo que se le pida.

Vamos a intentar ser concisos y concretos, tomemos aquí el tema en directo.

Desde ahora, desde este momento, el Comité Ejecutivo tiene una oficina de seguimiento, de ordenación y planificación de estos trabajos. Preparemos el mercado nacional desde ahora, sin grandes ambiciones, conquistando primero una ciudad, viendo método de trabajo, viendo el pequeño método publicitario, entonces habremos ganado el mercado del aguacate. Tenemos aguacate para largo, nuestra producción puede ampliarse, se puede comer mucho aguacate y, además, con los precios de aquí. Aquí está el "quid" de la cuestión, empezar a ordenar con paciencia y realismo el mercado nacional.

Ahora, que todos seamos concisos dando las ideas, para que una vez ordenadas, las volvamos a vosotros para poder poner un plan de trabajo.

Inmediatamente, un hombre experto en estos temas, pionero del comercio, que a veces nos ha salvado de situaciones difíciles de ofertas, Julián Díaz Robledo, nos dará la opinión de lo que él vea más interesante de este tema del mercado nacional.

JULIAN DIAZ ROBLEDO

Buenas tardes. Cuando los organizadores de estas Segundas Jornadas del Aguacate de Almuñécar, me comunicaron que debía tener una parte activa en las mismas, yo me encontraba de viaje por la ruta de los frutos exóticos. Entonces no he tenido tiempo material para preparar unas líneas para comentarlas con ustedes en relación a la problemática del mercado del aguacate en Madrid, que es donde yo estoy fundamentalmente ubicado. Pero, en fin, como Pedro Sitjar va a hablar del mercado de Barcelona, de alguna manera evito el repetimos, por cuanto más o menos los problemas pueden ser los mismos en dos ciudades importantes como son Madrid y Barcelona. Por lo tanto, he traído aquí una copia del escrito de una conferencia que el día 8 de diciembre, con motivo de las Segundas Jornadas del Aguacate, patrocinadas por el Excelentísimo Cabildo Insular de Tenerife, expuse y creo que porque son de actualidad, ha pasado muy poco tiempo, y los problemas siguen siendo los mismos, y porque precisamente esta mañana nuestro querido amigo señor Shachar, ha puesto el dedo en la llaga y ha dicho todo lo que nosotros, mucho más modestamente podríamos decir, voy a leerlo no obstante, porque creo que sigue estando en candeleros y de alguna manera concuerda fielmente con los temores y problemática que el señor Shachar esta mañana nos exponía. Lo titulo "El mercado interior del aguacate":

Han tenido que pasar muchos años para llegar ¡al fin! al inicio del futuro del aguacate. Pero "su futuro", ese temido futuro, ya está aquí. Comienza con dudas, podríamos decir grandes dudas, para los que ya disponen de fruto y han soportado los bajos precios de esta incipiente campaña y mayores dudas todavía para los que han apostado por el aguacate en fincas de reciente implantación, aunque, a la vez, con lógicas y recelosas esperanzas.

Me atrevería a decir que con las mismas dudas y temores que manifestamos reiteradamente en el año 1976, cuando nos decidimos a convocar una cumbre del aguacate en Barcelona, con motivo de la Primera Feria Alimentaria de aquella localidad.

Han transcurrido seis largos años y las cifras —terribles cifras entonces— que manejábamos como posibles para el año 1982 se han corregido y aumentado, sin ocasionar graves problemas como por aquellos días temíamos, aun cuando el agricultor no percibe las 70-80 pesetas de aquellas fechas, pero sí con indicios de bajas alarmantes más o menos inmediatas, que nos obligan de nuevo a pensar en el futuro del aguacate y reunirnos para tomar posiciones importantes para afrontar ese nuevo futuro que nos acecha y preocupa de manera peligrosa. ¿Qué hacer ante lo inevitable? A esta pregunta precede otra pregunta fundamental: ¿Seremos capaces de hacer algo positivo en favor de nuestros aguacates?

La respuesta, que se hace difícil, se acompaña de una implacable afirmación: ahora o nunca.

Los interesados en el fruto sabemos de sus amplias posibilidades; conocemos su espectacular expansión en Europa y nos hemos preocupado por libre durante muchos años y en los últimos tiempos magníficamente acompañados por investigadores de la Administración, de investigar en lejanos mercados, observando y analizando la problemática comercial en los países de incipiente consumo, como aquellos tan distantes del Norte de Europa, donde se resisten a su aceptación; hemos detectado las dificultades e incidencia con otros frutos en los mercados ya desarrollados de la Comunidad Económica Europea; existe un proyecto para dotar de ciertas subvenciones a la exportación del fruto, destinadas a la promoción de su consumo en los diferentes mercados de nuestro continente y Reino Unido; pero al conocer tantas cosas como vamos descubriendo, y por las que nos interesamos, procede valientemente hacerse una nueva pregunta: ¿Qué hemos hecho hasta la fecha con el gran potencial de consumo que representa nuestro mercado interior? "Absolutamente nada" es la respuesta lamentable. Todo se ha limitado a la manifestación de buenos propósitos y sanas intenciones.

Partamos de la realidad y aceptemos como insólito el milagro de que todavía, pese a nuestro exceptimismo, el aguacate sigue valiendo al agricultor si no las mismas 70-80 pesetas del año 76 —en pesetas constantes—, sí todavía valores importantes que pueden corresponder a las 70-140 pesetas que en las diferentes variedades, y según las fechas —Hass y Reed sobre todo—, siguen percibiendo normalmente por el fruto, especialmente en la península.

Para llegar a conclusiones prácticas, y suponiendo aceptado por todos que ha llegado el momento de hacer algo constructivo en favor del aguacate, empecemos al unísono por entonar "el mea culpa" particular y desde esta perspectiva, y con la debida humildad, podremos comprender abiertamente que "el próximo futuro del aguacate" será el resultado de lo que nosotros queramos que sea, es decir, lo que seamos capaces de hacer con plena participación entre agricultores y comerciantes. Y merece la pena reflexionar seriamente sobre lo que debemos hacer desde ya, para que el fruto siga teniendo el marchamo de lujo que le corresponde, en beneficio de su costosa y paciente agricultura.

Para planteamos la situación de manera coherente, personalmente entiendo que debemos analizar los factores negativos que rodean al fruto, partiendo de su propia estructura:

1.º) Se trata de un fruto difícil de adaptarse al paladar en su primer encuentro con el no iniciado. Y aquí hago mías las ideas magistralmente escritas por mi querido amigo Javier Calatrava y sus colaboradores, cuando dice que "no se trata de un fruto azucarado o de un producto con sabor uniforme que pueda fácilmente ser admitido o rechazado de forma genérica y constante por un consumidor dado, sino de un producto cuya aceptabilidad o rechazo inicial depende mucho de la variedad y el tipo, de su punto de maduración, y dentro de estos factores, de la forma como nos lo preparen y ofrezcan". Y en efecto, ni el consumidor español, y lo que es más grave todavía, ni el propio detallista, conoce las múltiples variedades que ofrece el mercado, ni siquiera si hay más de una variedad, dejándoles confundidos cuando menos, la diferencia de sabor de una y otras.

2.º) El consumidor ignora el estado ideal del fruto para ser comido, razón por la que en muchas ocasiones lo rechaza, por encontrarle duro y gomoso (cosa muy corriente cuando sale al mercado sin haber alcanzado el suficiente grado de grasa). Por el contrario, lo adquiere a veces excesivamente maduro (cosa bastante normal, habida cuenta de que el detallista no tiene una venta fluida, resistiéndose a tirarlo cuando no está en condiciones de ser vendido), y en estas circunstancias cuando el comprador lo lleva a su casa, lo rechaza también, al estar su pulpa demasiado grasienta, con sabor aceitoso y picante por estar pasado, apartándose su gusto del verdadero sabor del aguacate. Y el detallista, verdadero artífice de su promoción y ventas, mal puede aleccionar al cliente y educarle en su consumo, si todavía él no ha sido educado en el dominio del fruto, desconociendo sus distintas variedades, y no teniendo fe en su futuro.

3.º) El fruto sale excesivamente caro al mercado, debido al gran riesgo que corre el detallista con un producto de alto precio, que no tiene una venta dinámica como sucede con cualquier otra fruta.

4.º) No existe información adecuada de las múltiples aplicaciones del fruto, ni se ha hecho ver al consumidor que puede ser un género de consumo diario, considerando al aguacate hasta hoy como un alimento ocasional de uso excepcional, y cuando el momento lo requiere como simple exhibición culinaria, más por lo novedoso y exótico, que por sus extraordinarias propiedades gustativas.

5.º) Difícilmente lo asumen los restaurantes españoles y raramente se encuentra en las cartas de hostelería, de una parte por la escasa oferta de sus proveedores habituales, que tampoco han asumido el fruto como uno más de tantos como vende, y de otra, por la escasa atención que prestan al producto los grandes maestros culinarios de nuestra geografía, tal vez por falta de información.

6.º) En los recetarios españoles y en los diferentes apartados gastronómicos de la prensa y revistas nacionales, difícil o raramente se habla del aguacate, y cuando lo hacen, le señalan como un fruto extraño, procedente de tierras calientes, asociándolo con los demás frutos exóticos de escasa venta y ello porque todavía nadie les ha dicho que somos el único país de Europa que lo produce y que su implantación en Canarias y costa andaluza ocupa actualmente casi 4.000 hectáreas de nuestra agricultura.

7.º) La deficiente comercialización, sin una política adecuada de ventas y, sobre todo, la anarquía y dispersión en la distribución, olvidando en origen la necesidad de no mezclar variedades, de cosecharlos en su óptimo estado de maduración con el grado de aceite necesario, las incesantes llegadas a los mercados de destino en cajones a granel (olvidando que se trata de un artículo de precio que exige una confección correcta), así como el delicado mantenimiento en frío a una determinada temperatura que precisa, y que parece ignorado por la mayoría, cierran el capítulo de tantos factores negativos con que tiene que luchar el fruto para su correcta promoción. Pecaría de injusto si no mencionara aquí los factores positivos del aguacate, que son muchísimos, aunque desconocidos para la mayoría, pero sobradamente conocidos por todos los que asistimos a estas jornadas, razón por la que no voy a enumerarlos.

Y centrado ya en la problemática del mercado interior y su escaso consumo todavía (20 gramos-habitante y año entre Baleares y Península), observo que la citada cifra, más o menos aproximativa, puede estar falseada, por cuanto el mayor porcentaje de ventas en la Península se realiza precisamente en las zonas de mayor afluencia turística, teniendo una buena prueba de ello en la Costa del Sol, Baleares y zonas del litoral mediterráneo, y, como no podía ser de otro modo, Madrid y Barcelona, donde hay un número importante de población flotante, sobre todo de sudamericanos que lo conocen. Aunque los señores Calatrava y Rolo podrían hablarnos de cifras muy concretas, ya que me consta, han detectado en la península y Canarias, respectivamente, el porcentaje de aguacates que consumen los extranjeros que nos visitan, personalmente entiendo que la aceptación del consumidor netamente español ha sido muy baja y la mayor demanda por inercia natural que se genera cada año, es lamentablemente pobre frente a las necesidades inmediatas de cuantos los producimos.

Como comerciante de fruta, he podido observar a lo largo de tantos años como tiene mi empresa, el desarrollo meteórico de consumo de cualquier fruto en las zonas de influencia cercanas a la producción; pero este fenómeno tampoco se da con el aguacate en la Península, aunque sí en las Islas Canarias. Si tomamos como ejemplo un producto —también de lujo por su alto precio—, como son las endives, observaremos que precisamente en las regiones peninsulares donde se produce —de bajo poder adquisitivo generalmente— el consumo se ha disparado desde que se establecieron los cultivos, y así, los pueblos, por pequeños que sean, de las provincias de Valladolid, Segovia, Soria, etc., son grandes consumidores de endives, e incluso en las épocas en que no hay producción siguen demandando endives belgas o franceses, pese a sus altos precios. Y es que, el consumidor se ha familiarizado con el producto, lo ha aceptado —aunque caro— y se ha adentrado en el consumo. Otro ejemplo reciente lo tenemos con el kiwi —un fruto nuevísimo por estos pagos—, donde su mayor índice de consumo lo alcanza (dejando aparte a Madrid, Barcelona y Málaga por el turismo) precisamente en las zonas gallegas y asturianas, donde se producen.

Y así podría citar infinidad de frutos donde el consumidor se ha dejado influir por la cercanía de sus cultivos (uno de los principales mercados de piña es Alicante, por la simple razón de que allí se descargan los barcos de fruto procedentes de Costa de Marfil). Desdichadamente,

no ocurre lo mismo con el aguacate en la Península. Salvo el litoral malagueño, donde el consumo local se confunde con la gran demanda que ejercen los turistas, y con una pequeña incidencia en Granada, ni en los pueblos andaluces del interior, ni aún en las propias capitales como Cádiz, Córdoba, Jaén, Almería, Huelva, etc., se hace posible encontrar de manera continua el fruto, ni en los mercados ni en los restaurantes. Pese a mi apasionado interés por el tema, y la confianza que el fruto me merece, he llegado a la conclusión de que el aguacate será muy difícil poder introducirlo por sí solo. Conviene recordar a este respecto el gran despliegue publicitario que todavía hoy siguen haciendo esos maestros del marketing que son los israelitas, cuando en la campaña actual, según manifestaciones del señor Abraham Dar al diario "El Día", sólo en Francia, pese a ser un mercado desarrollado, se han gastado en la presente campaña de publicidad, dos millones de dólares, es decir, 250 millones de pesetas, que tampoco es tanto si consideramos el tonelaje que pretenden colocar en aquel país y que les supondría 6 ó 7 pesetas por kilo.

En mi personal inquietud, he llegado a la conclusión de que ese futuro que nos preocupa, estaría plenamente resuelto si nos decidimos a ordenar su implantación comercial puertas adentro de nuestra propia casa: en nuestro mercado interior. Y estoy absolutamente convencido y así lo cree también el señor Calatrava (como aseveró en su ponencia de abril del 81, en el I Seminario del Aguacate, celebrado aquí en Almuñécar, recurriendo a términos optimistas), que las 4.000 hectáreas que ocupan nuestros cultivos en la actualidad, y que nos pueden proporcionar 25 ó 30.000 Tm. en los próximos cinco años, no nos darían ninguna dificultad para colocarlas en nuestros mercados, si fuéramos capaces de hacer despertar el consumo en el interior de nuestro territorio, teniendo como válvula de escape el exterior, con la garantía de que será Israel, por la cuenta que les tiene, quien se ocupe de seguir abriéndonos mercados en Europa. Aquí, entre nosotros, es donde tenemos que volcar nuestra imaginación desde una y otra zona productora. Y debemos reflexionar seriamente sobre ello y con gran responsabilidad, porque tenemos dos únicas alternativas muy claras para promocionar el consumo en España y sobre las que nos tenemos que pronunciar: o nos disponemos a sacrificar una pequeña parte del precio actual, en aras de una campaña publicitaria intensiva que nos ayudaría a mantener los precios todavía buenos actuales, o no hacemos nada, seguimos como hasta ahora y seremos pasivos espectadores de una baja paulatina y constante cada año en precios, hasta situarse a niveles de cualquier otra fruta popular, en cuyo caso, por pura inercia, el fruto se divulgará y se habrá dado a conocer por sí mismo a los precios de manzana, naranja u otra fruta corriente, alcanzando con ello el gran consumo que vamos a necesitar.

Sobre las dos fórmulas expuestas, tengo que confesar, como comerciante y agricultor, que simpatizo con la primera. Y creo que es el mejor camino que deberíamos tomar por cuanto el aguacate es un fruto de lujo, fuera de lo común, que aun siendo caro resulta comparativamente más barato que cualquier otro, por la cantidad de comida que ofrece a igual peso, y se hace necesario mantener la imagen que ostenta de fruto de categoría y conservar su personalidad. ¿Y cómo podría llevarse a cabo la campaña? Buscando fórmulas adecuadas, como puede ser, por citar un

ejemplo, el distraer un tanto por kilo para su promoción y publicidad, con lo que mantendríamos los niveles de precio actuales cuando menos, y dejaríamos abonado el futuro con este ahora pequeño sacrificio.

De no hacerlo así, y esperando que el mercado se desarrolle por sus propios medios, los precios bajarán a cotas lamentables y ruinosas y será muy laborioso en el tiempo o imposible volver a situarlos a la altura que les corresponde y que son los que actualmente se consiguen en Europa.

Voy a terminar no sin reconocer las dificultades que entrañan los antagonismos actuales de las distintas zonas productoras peninsulares y canarias. Pero el esfuerzo sería baldío, si no aceptamos una obligada y exhaustiva política comercial conjunta; una política comercial que exigiera el cumplimiento de estrictos acuerdos desde los distintos orígenes, donde se practicara la retención para fondo publicitario que pudiera corresponder al agricultor y comerciante y con ese pequeño sacrificio y generosidad por parte de todos, pudiera convertirse en realidad esa indispensable promoción del aguacate español.

Y termino exponiendo mi criterio de que, aun cuando en el mercado interior debiera mantenerse una operativa libre en cuanto a comercialización, marcas y distribución —aunque controlada—, porque así lo requiere el mercado, no debe ser así para el fruto de exportación, que debería acogerse a una marca nacional única (previa identificación de origen), cuya disciplina nos obligara a presentar el fruto en óptimas condiciones, con un peso, calibrado y encajado perfectos, que respondan a las exigencias europeas, estando seguro, en esas circunstancias (aun cuando discreparían los señores de aquel país si estuvieran presentes), que nuestros aguacates, "que son de mejor calidad que los de Israel", se venderían al mismo precio o superiores que los de allí, cosa que ahora no ocurre, no por ningún milagro de aquel bíblico país ni artes ultraterrenas de sus sabios doctores, como mi querido amigo Shachar —que todo fuera posible—, sino sencillamente por la extraordinaria política comercial que vienen empleando y de la que nosotros tenemos que extraer positivas enseñanzas.

PEDRO SITJAR

Buenas tardes. Soy Pedro Sitjar, socio de Julián Díaz en Barcelona. Recuerdo hace quince años, que en una tienda que teníamos en nuestra casa en Barcelona, llegaron las primeras cajas de aguacates, en aquel entonces de Canarias. Yo no sabía qué fruto era, no lo había visto en mi vida, no sabía ni cómo era su sabor; le hiqué el diente a un aguacate, escupí automáticamente, porque el aguacate que yo esperaba comer era un fruto dulce, que venía de una zona semi-tropical y tuve que comer inmediatamente una manzana o una pera, no recuerdo ahora mismo; pero saqué en aquellos momentos una conclusión: el aguacate es un fruto que la gente no conoce. En Barcelona sólo hace tres o cuatro años que la gente se ha acostumbrado a ver aguacates en cierta cantidad en el mercado. Todavía hoy, la mayoría de asentadores, la inmensa mayoría de detallistas, todo el público diría yo, no saben que hay aguacates, no saben cómo se come, no saben de dónde vienen, ignoran absolutamente todo. Por tanto, tenemos que empezar por plantearnos cómo enseñamos

a la gente lo que es, qué puede esperar del aguacate, qué vitaminas tiene, qué calorías, qué sabor pueden encontrar en el aguacate. Esto es muy importante; es muy importante porque actualmente ya se encuentra en el mercado, de forma tal, que tal diversidad de procedencias, sea de Canarias, sea de la Costa del Sol, que llegan de tan distintas maneras, no controladas en absoluto; hay rechaces de exportación, aguacates que se pasan de maduros, no tienen su aceite; en fin, no sabe uno lo que está vendiendo.

Y esto, señores, no puede ser. Tiene que haber alguien, alguien que tiene que estar aquí, sea de la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía, de la Junta de Canarias, las cooperativas, sea quien sea, que de alguna manera, presione, obligue y exija, tanto en origen como en destino, el cumplimiento de un mínimo de normas, de un mínimo de calidades. Estamos engañando al público, en un porcentaje de veces, no siempre naturalmente; pero el público que coma un aguacate engomado, que lo coma negro, que lo coma con una falta absoluta de aceite, este público no lo vuelve a probar. Tiene que decir que eso es malísimo, que no sirve para nada, y los que estamos aquí presentes sabemos que el aguacate es algo exquisito. Hay que promocionarlo, hay que informar a todo el mundo de cómo es el aguacate, y exigir a los servicios veterinarios, que hay en todos los mercados centrales, que examinen el producto que hay en los mercados; ellos tienen que saberlo; en lugar de estar tantas horas mirando no sé qué, qu investiguen un poquito el aguacate, cómo vienen las distintas partidas y cómo son. Eso que digo es importantísimo. Aparte de esto, como todo el mundo ha hablado ya, sería reiterar sobre lo mismo. Pero yo resumiría mi pequeña exposición sólo en dos cosas: exigir el cumplimiento de un mínimo de exigencias, rechazar las frutas que no reúnan estas condiciones en los mercados, ya no digo fruta de destrío, que, en muchas ocasiones, es buena y comestible, pero la fruta que no reúna condiciones, rechazarla automáticamente; y luego, qué duda cabe, que es fundamental hacer una campaña de información y publicidad; hay que elegir un mercado de una ciudad, el que sea; hacer un test sobre la respuesta del público a la campaña de propaganda, que luego servirá, dentro de unos años, para ampliar el número de ciudades o de poblaciones donde se pueda hacer esta campaña de propaganda; es ya el momento de hacer esto y no debemos esperar más, porque, a pesar de que las cantidades de productos que hay o que se avecinan el próximo año, quizá lo podamos absorber perfectamente. Hay que pensar en el futuro, como decía Mr. Shachar, para el año 86 u 87, donde el peligro lo vamos a tener ahí. Es momento de empezar. Nada más.

LUIS REYES

Yo entiendo que ya todo está dicho. Lo importante es cómo hacer todo lo que se ha dicho. Se ha hablado de la importancia del mercado interior, de la calidad, de la propaganda, de la información; todos coincidimos sobre el tema de la fecha de recolección, de información en toda cadena; es decir, del manejo del fruto en manos de mayoristas, minoristas, transportistas, etc., de la educación para comérselo. Bueno, y, realmente, no queda más que decir. Lo importantes es ver cómo se va a hacer eso. Me da alegría ver la intranquilidad que hay por tratar estos temas. Pero me da tristeza también, porque hace ya muchos años. muchísimos, con Julián, con Pedro Sitjar, el año 73 ó el 74, hablamos de todas estas

cosas y cada año se sigue hablando. Entonces me da alegría, porque todavía hay gente que se preocupa, pero me da tristeza porque pienso que todo puede seguir así. Y nada más.

Para terminar, una anécdota. En mis cajas va escrito: "Aguacates, avocado, avocát", y en el mercado de Málaga le preguntaron a mi vendedor, hace años, ¿cómo se come esto? Y contestó: pues no lo dice ahí, ¡a bocados! (risas).

VALERIANO DELGADO

Soy Valeriano Delgado, delegado del mercado de Mercagranada. Todo el mundo parece decir que no se comen aguacates y, en general, no se comen. Ahora, la promoción que se está haciendo en Mercagranada, y que poco a poco va subiendo en cantidad, yo lo que quiero es ofrecer unas cifras que dan una idea de cómo ha subido el consumo del aguacate en Granada. Es esa promoción que se va haciendo poco a poco, gracias a estos agricultores de aquí, de esta vega de la Costa del Sol, que poco a poco van incidiendo en el mercado, tanto de mayoristas como de minoristas. Desde 1973, que se inauguró Mercagranada, era tan poca la cantidad de aguacate que entraba, que ni siquiera se contabilizaba el final del año.

En el 1977 son cantidades muy ridículas, con arreglo a las cantidades que ha dicho el señor Shachar, pero nos dan una idea de cómo se ha ido aumentando el consumo. En el 77 se vendieron poco más de 2.000 kilos, cantidad ridícula, pero ha aumentado poco a poco, hasta llegar, en el año 82 a consumir en Mercagranada 26.000 kilogramos de aguacate. Así, que en seis años se ha subido de 2.000 kilos a 26.000 kilos. Esto no quiere decir que sean sólo esos kilos los que se han consumido en Granada, porque sabemos perfectamente que los agricultores de esta zona van llevando los aguacates directamente a los minoristas, y se calcula que serán aproximadamente unos 50.000 kilos los que consume Granada hoy día en toda la provincia. Quiere decir que de esos 20 gramos que hablan por ahí de consumo en las distintas zonas, Granada está alrededor de los 200 gramos por habitante. Si esta promoción se sigue haciendo en las distintas provincias andaluzas, solamente ya sería un éxito.

Así que esos son los datos que os puedo ofrecer y que no seáis pesimistas, porque yo veo que aquí se ha dado mucho pesimismo, pero lo que hay que ser es optimista, seguir promocionando todo lo que se pueda, directamente, bien a los mayoristas de los distintos mercados de Andalucía, como a los minoristas, incluso de las distintas capitales andaluzas también. Aprovechar la oportunidad, y tirar para adelante los agricultores, los exportadores y todos. Que hay futuro muy grande dentro del mercado nacional.

ANTONIO JERONIMO

Yo lo que tengo que decir es bastante poco, porque está demasiado explicado el asunto. Yo creo que habría que empezar por concienciar al labrador, porque resulta que el problema parte de ahí, parte del primero que toca el aguacate, y así sucesivamente va llegando hasta el consumidor. Aquí los aguacates salen en cajas de 15 kilos, y eso es imposible que llegue al consumidor de tal manera. Entonces hay que concienciar

a la gente para que empiecen a tipificar y clarificar desde abajo, ahorrar mano de obra y evitar gastos, y de esa manera hacer que llegue más sequeble al consumidor. Dentro de esto, orientar al campo a que tiene que poner un tanto por ciento, el que quiera que sea, un control de cantidad y de calidad; educar a la gente cómo se tiene que comer los aguacates, influir a la gente por medio de recetarios, en cada caja, de cómo se come, cómo se tiene que condimentar. Yo no tengo más que decir; más o menos es una idea general de todo lo que hay. Ahora, el que quiera o tenga dudas de algo, que pregunte lo que sea.

COLOQUIO

ASISTENTE NO IDENTIFICADO

Buenas tardes. Yo soy detallista de los que están medio informados. Después de todas estas conferencias y charlas que hemos tenido, resulta que tenemos que ir a conclusiones. Porque de aquí lo que tenemos que salir, cuando termine esto, es con una conclusión; que lo que hay que hacer es vender aguacates. ¿Y quién vende el aguacate? El aguacate quien lo vende es el detallista, que es el último eslabón. ¿Y quién produce el aguacate? Ustedes, que son quienes lo labran. Entonces, yo he llegado a unas conclusiones que no quiere decir que sean buenas ni que sean malas, son conclusiones, y, a lo mejor, de cinco o seis que tengo, vale una o no vale ninguna. Yo, en mi modesta opinión, las voy a dar, por si alguno de ustedes las consideran oportunas en relación con la publicidad que se puede hacer sobre el tema del aguacate.

El punto primero, considero imprescindible una clasificación por variedades y categorías. Habrá que llegar a que el aguacate venga con un distintivo o con una pegatina, lo suficientemente adherida al fruto, que una señora compre un aguacate extra y sea extra, por su calibre, por su variedad y por su cantidad de grasa para el consumo.

2.º—Hay que hacer un seminario para los detallistas; puede empezarse por Barcelona y Madrid, que son las capitales en que más personal vive y más turismo acude, generalmente durante todo el año.

3.º—Pienso que hay que enseñar al niño a paladear el aguacate; a acostumbrarle al sabor del aguacate; porque en el fondo el niño es el cliente del futuro del aguacate.

4.º—Visitar a los medios de comunicación: prensa, radio, TV, para informar al ama de casa de lo que es el aguacate, cómo se debe comer el aguacate y que consuman aguacate.

5.º—Crear "slogans" publicitarios con unas pegatinas o cosa similar, porque las recetas también son importantes, pero esto es otro capítulo. Yo aquí he copiado tres slogans: 1.º) "Señora, ha llegado el cambio; cambie el primer plato"; 2.º) "Señora, ¿no conoce usted el aguacate? A qué espera", y 3.º) "Señora, consuma aguacates, porque ahora son de España". Muchas gracias.

JESUS MARTIN

Soy Jesús Martín, y también soy detallista de Madrid. Yo, desde luego, es la primera vez que he venido a este Seminario, y me voy a ir

enormemente contento, siempre que aquí lo que se ha hablado se pueda llevar en verdad a la práctica. Observo, he escuchado, que lo del aguacate no se ha controlado absolutamente casi nada. Creo que lo que aquí se ha dicho y se ha comentado, si de verdad se lleva a la práctica, va a ser muy positivo. Aquí se ha hablado ayer, precisamente un señor dijo: que de una forma práctica había sacado más kilos de sus árboles floreciendo el fruto; había sacado mejor calidad y había dado un mejor servicio al público. Creo que eso, parece ser, la conclusión que yo he sacado, que no se ha llevado a la práctica hasta ahora. Aquí, desde luego, lo que se ha dicho me parece bastante positivo, si esto es posible que se lleve, si en realidad se llevan unas fechas para determinadas variedades, si eso se lleva a la práctica, creo, desde luego, que el producto va a ser de mejor calidad y va a llegar en mejores condiciones al ama de casa, y entonces es cuando muy posiblemente vayamos a salir todos beneficiados: cosecheros, intermediarios y nosotros los detallistas. Creo, desde luego, que en esta última faceta nos resulta muy difícil el poder dar gusto al ama de casa. ¿Por qué? Por todo lo que se ha aportado aquí. Resulta que el aguacate llega a su final en unas condiciones que no son las óptimas. Por lo tanto, desde luego, el ama de casa es muy difícil que promocióne el aguacate en unas condiciones como las de ahora mismo. Creo que lo que aquí se ha dicho, no me cansaré de repetir, si se lleva a la práctica, será factible el incremento del consumo del aguacate; si no se lleva a la práctica va a ser muy difícil, a pesar de lo que ha dicho el señor de Mercagranada; el aumento, observo, que es mucho más lento que la producción. A ese ritmo de aumento no vamos a ninguna parte, porque nos vamos a pillar la cola rápidamente.

Estamos hablando de los años 85-86, donde las producciones van a ser muy grandes y el consumo hasta ahora ha aumentado muy poco. A pesar de lo que él ha dicho de pasar de los 2.000 kilos a los 26.000; pero es que la producción va a aumentar mucho más. Por lo tanto, reitero que el producto tiene que llegar en mejores condiciones, y no cabe la menor duda, como aquí se ha dicho ya, que tiene que partir de origen, que no debe permitirse cortar un aguacate sin que sea su momento. Que hay que darle la maduración que tiene que tener en el árbol y lo demás es pretender madurarlo de forma artificial, que le vamos a quitar su sabor y no vamos a aumentar el consumo, que es, en definitiva, lo que a nosotros, los detallistas, nos preocupa. Nada más.

ANDRES RUIZ

Buenas tardes. Yo soy Andrés Ruiz, y represento al área de alimentación de El Corte Inglés, la parte de frutas y verduras. Es un departamento muy conflictivo: las frutas y verduras tienen muchos problemas. Nosotros nos hemos preocupado desde el año 75 en promocionar bastante el aguacate en todas nuestras tiendas, y mucho más, tal vez, desde que tenemos la tienda de Málaga, desde hace cuatro años. El aguacate, dentro de los problemas del departamento de frutas, posiblemente sea el fruto que más problemas nos ha dado. Nunca hemos dado al cliente lo que nos pedía. Aquí se ha hablado ya mucho, y yo creo que los temas de tipificación, el frío, controles de calidad, son las vías de solución y creo que huelga abundar sobre esto. Ya no se puede hablar más del tema. Nosotros, como empresa distribuidora de alimentación, creo que estamos en vías de una difusión muy grande, porque nosotros podríamos

distribuir desde esta zona aguacates para todas nuestras tiendas, en toda la geografía española, como todos sabrán. Pero la maduración ha sido una fuente de problemas, no hemos sabido nunca decirle al cliente: este aguacate estará pasado mañana, éste lo comerá usted hoy o éste dentro de diez días. A lo mejor es un abundamiento de lo que se ha hablado ya antes. Pero creo que, no sé si volver a la historia de los plátanos. No sé lo que dijo mi amigo Jesús si tendrá razón, respecto a lo de madurar el fruto. Pero para nosotros sería ideal recibir aguacates para consumir al cabo de tres o cuatro días. No sé si el aguacate es más complicado en esto que las manzanas, pero creo que esta sería la solución, y nosotros estamos dispuestos a promocionar aguacates al máximo y, sobre todo, de esta forma. Nada más.

JESUS BUSTOS

Soy Jesús Bustos, gerente de la Cooperativa de Itrabo. Yo quiero abundar en lo que ha dicho Antonio en este tema que estamos viendo de maduración, y yo creo que ha llegado la hora de que sea el campo el que dé el do de pecho en la cogida. Pero había que buscar unos organismos que "in situ", en los pueblos, en todas las zonas productoras, que fueran los encargados de mirar si ese fruto está en condiciones de recogida y ordenen la cogida de esos frutos. Porque si tenemos un organismo en Granada o en donde esté situado, y hay que ir con muestras, y ya nos conocemos todos y sabemos lo que son los agricultores; tendría que ser una cosa rápida, segura y fiable. Alguien que en los mismos pueblos ordenara u organizara la cogida del fruto. Incluso las mismas corridas que tuvieran un cierto poder necesario para no admitir el fruto que no esté en condiciones.

ANTONIO JERONIMO

Esto que está preguntando Jesús se presta mucho a confusión, porque aquí tenemos un problema, que está en la orden del día, y es la competencia. Aquí, los organismos de comercialización son las corridas; cuando se recolecta una partida de aguacates, el corredor tiene que tomarla necesariamente; porque si no la toma uno la toma otro; entonces resulta que la competencia es la competencia, y cada uno va a su negocio; y si uno recorta una partida de aguacates en malas condiciones, el subastador la subasta, y en lugar de valer 20 duros, vale 40 pesetas. o vale 30 pesetas. Donde efectivamente ese fruto tiene que tirarse es en el mercado, que tiene que haber una persona autorizada y pueda decir que tal fruto no está para su venta. Entonces, yo recuerdo perfectamente que en Málaga, hace veinte años, quince años, doce años, llegaba una partida de nísperos que no estaban en condiciones, y el veterinario los rechazaba y eso iba a la basura. Por la misma regla de tres se puede hacer con el aguacate. Lo que hace falta es que este señor que tiene que ir al mercado y ver la mercancía, la vea efectivamente, y si está en condiciones de dar su visto bueno, que lo dé, y si no, rechace la partida.

Entonces, aquí viene el problema en cuanto a este señor que ha retirado esta mercancía del mercado porque no está apta para el consumo, se la carga al comerciante y el comerciante viene en busca de la corrida donde ha comprado, y entonces este señor le dice: "Pues no recuerdo de quién era esa partida", y evade la responsabilidad. Y de ahí viene el tapar, porque aquí de lo que se está tratando y se ha tratado, es que

debido a la competencia se tapa al labrador, y ese mal labrador perjudica al resto, porque es un hecho consumado; porque si llega malo, no llega bueno. Eso está claro. Entonces, al bueno le resta precio el malo.

Bueno, un organismo de gestión que se ocupe de esto, de acuerdo, pero, pero eso lo sabe todo el mundo y en cada sitio existe una Cámara Agraria, el que quiera informarse, cuando tiene que recolectar se le informa. Lo que pasa es que aquí no lo consulta nadie, nada más que uno lo corta cuando cree conveniente, que si yo estoy en el camino, que si en mi camino roban, etc. QQue hay 25 duros para los aguacates y al tío se le pega a la oreja y dice: Estos los hago yo billetes ya, pero ya; y claro, ante ese problema, si no hay un comité de gestión que diga: Usted va a tener ahí los aguacates tres meses más. Pero eso es un problema de cada cual.

ENRIQUE GRANA

Yo quería, ante todo, preguntarle a Julián Díaz y a Sitjar cuánto se consume en sus respectivas capitales.

JULIAN DIAZ ROBLEDO

Voy a responderles, aunque no tengo cifras exactas. Nosotros preparamos unas cifras por provincias, según nuestras ventas, sobre el consumo, que le entregamos a Javier Calatrava, para sus comentarios sobre consumo interior, y en esas cifras está basada la distribución de ventas, que ha estado utilizando él en sus diferentes conferencias. Lo cierto es que en estos momentos no tenemos ninguna estadística, porque hasta 4 ó 5 años lo llevábamos de una manera exhaustiva, porque dominábamos un ochenta y tantos por ciento de la comercialización y digamos que casi el 98 por ciento de la producción de Canarias. Pero el producto se ha dispersado de tal forma que nosotros nos vamos quedando, como es obvio y lógico, muy pequeños, no sé si ahora podemos hacer en el mercado interior un 45 óe 50 por ciento, y, naturalmente, los datos que nosotros podamos tener del consumo en Madrid o Barcelona, no son absolutamente fiables del todo. No las tengo aquí y no las puedo aportar, pero difícilmente lo haría, entre otras razones porque nosotros vendemos también en Madrid y Barcelona mucho producto que va a las distintas plazas de la península. Entonces, lo lamento, pero no puedo decirlo. Me voy a tomar interés en ello, y a ver si en la próxima ocasión que nos veamos les puedo dar algunos datos.

ENRIQUE GRANA

¿En qué forma les llega a ustedes el producto? ¿En cajas de 15 kilos o en cajas de 4 kilos organizadas?

JULIAN DIAZ ROBLEDO

De Canarias viene todo en cajas de 4-5 kilos, y en algunos casos de seis kilos. La mayoría son cajas de 5 kilos, y los de Canarias, por razones de distancia, se ven obligados a enviarlos así; no quiero decir con esto que venga muy bien trabajado en el interior, pero si la caja es estable es generalmente de exportación, y la mercancía llega siempre en estas condiciones, salvo raras excepciones; esta excepción la hemos tenido hace dos años, sobre todo, que venía la mercancía de Canarias,

que luego se reexpedia al extranjero, pero, en fin, esto es un paréntesis, porque las circunstancias así lo exigían, lo hemos hecho muchos. Pero en estos momentos nos llega la mercancía en cajas de exportación. En el mercado interior, en las producciones de la costa, no es así. Ahí hay una anarquía mayor, hay un gran porcentaje, cada vez con mayor incidencia, que está llegando en cajas más o menos parecidas a las de exportación. Cajas de 4 kilos, cajas de 5 kilos. Pero hay un porcentaje importante, que va todavía en cajas de corridas, en cajas de campo, cajas a granel, mezcladas con la chirimoya, y que hay agricultores que dicen: Bueno, como yo vendo las chirimoyas al mayorista, pues le mezclo aquí otras cajas de aguacate, que van a granel, y van sin clasificar, evidentemente, van sin tipificar y en cajas de 15 kilos. Generalmente, caude bastante mercancía, por lo menos al mercado de Madrid, y creo que más que al de Barcelona, en cajas de 12-15 kilos.

ENRIQUE GRANA

¿Eso lo recibes en tu almacén de aquí, de Almuñécar, o en Madrid y Barcelona?

JULIAN DIAZ ROBLEDO

No. Estoy hablando de lo que se recibe y no de lo que recibimos nosotros, sino lo que se recibe de una manera general en el mercado de Madrid.

ENRIQUE GRANA

Yo de esto saco una consecuencia. Todo lo que va a exportación proviene de unos almacenes que están organizados. Generalmente, de una cooperativa o Mercograda-Motril, o unos exportadores.

Lo que va a los mercados más lejanos, la mayoría, por lo que tú dices, está también organizado. Las corridas de aquí, es lo que está más desorganizado. Mientras más organizado, va más lejos la mercancía, quiere decir que tiene mayor valor añadido. Entonces el agricultor que no se organiza es el que se perjudica y el que vende peor; aunque él crea que engañando, porque lleva la caja mezclada o lo que sea, se quita de problemas y lo va a vender más caro. Es un engaño que él mismo se hace. Entonces, yo creo que la solución ha empezado, y ha empezado: Primero, porque hay un hecho de concentración de oferta de los propios agricultores que están enviando la mercancía perfectamente clasificada y a los destinos que son más convenientes; segundo, porque hay en marcha una serie de cooperativas que van a recoger la producción o gran parte de la producción que todavía está dispersa y desorganizada. Si se animan estas cooperativas a seguir concentrando esa producción, ellas son las encargadas y las que tienen la obligación de clasificar los productos y de tener una cámara para conservarlos y enviarlos donde más oportuno les sea, cuando encuentren un transporte adecuado. Lo que es difícil es pensar que un agricultor que tiene que mandar las cajas que ha cogido aquel día va a tener una clasificadora para clasificarlos en su finca. Yo creo que hay que seguir animando a estas cooperativas que se están iniciando y que yo creo que meritoriamente van a seguir adelante, para que sigan concentrando esa oferta, a fin de poder ellos darle el valor añadido que va a tener la clasificación y la conservación de esa mercancía;

y creo que es el principio del fin de la desorganización, y, por lo tanto, el principio de poder seguir hablando luego de cuotas o de lo que sea. Lo que es absurdo es pensar que vamos a tener un sistema de cuotas de promoción, cuando no tenemos un sistema de control de frutos; cuando tengamos ese sistema de control que va en marcha, pues sí que podemos hablar ya con los presidentes de esas cooperativas o con los representantes de las agrupaciones de las cooperativas que se establezcan.

PEDRO SITJAR

Quería aclarar, me parece que antes ya lo he comentado, que al mercado de Barcelona llega fruto, como había dicho, de la Costa del Sol, de Canarias, y, fundamentalmente, algo que perjudica mucho al mercado, que son los rechaces de exportación o bien frutos que llegan en malas condiciones; sean frutos en los que se ha anticipado la recogida y llegan con poco grado de aceite, o bien sea, porque el fruto llega demasiado maduro. Nos encontramos en Barcelona en muchas ocasiones que vienen partidas, desgraciadamente casi todas son de Canarias, que por llegar demasiado maduras para Perpignán, se quedan allí. Este fruto demasiado maduro, llega muy mal, está negro por dentro. Si lo entran, este producto, para la venta de algún asentador, él, como asentador, seguro que lo va a vender como pueda, porque está en su obligación como asentador. Pero engañamos al público. Sólo existiendo un control en destino, en los propios mercados, sólo así, añadiendo este control, como decía el señor Grana, aquí, en origen, pero añadiendo este control en destino, se conseguirá ofrecer una buena calidad. Porque no sólo se producen aguacates en la Costa del Sol, es que vienen de otras procedencias y estas otras procedencias pueden ser buenas o malas, y ahí es donde perjudicamos al mercado, con otras procedencias que aquí, ahora mismo, es imposible de definir; pero esto es importante.

MANUEL RODRIGUEZ GARCIA

Yo solamente quería poner en cuestión un dato que estamos aceptando de alguna manera todos, por lo mucho que se está repitiendo; y es el dato de los 20 gramos per cápita.

De siempre, los que estamos, digamos en la Administración Agraria, hemos tenido una dificultad, porque al calcular las hectáreas que nosotros contamos que existen y asignarles una producción, resultaba que nos salían unas producciones de aguacates que luego los comerciantes decían que no era verdad; y nosotros aceptábamos sus cifras y postergábamos las nuestras por pensar que ellos estaban mejor informados seguramente que nosotros. Por la pregunta que ha hecho antes Enrique Grana, y que tú, Julián, has contestado, de que al principio controlábais ese 90 ó 95 del mercado, pero que últimamente no es así, yo saco la conclusión de que los datos que tú le facilitastes a Javier Calatrava, y basado en ellos, él llegó a la conclusión de que se consumían 20 gramos por habitante; ese estudio se hizo hace años; ahora él, ayer por la mañana, actualizó a "grosso modo", sus datos y llegó a la conclusión de que podíamos estar alrededor de los 40 gramos. Pero si tenemos 3.750 hectáreas de aguacates, para que nos den 6.000 Tm., que es la cifra que aparece en el folleto de este Seminario, resulta que tenemos que asignarle una

producción de 1.600 kilos por hectárea. Naturalmente, esto podía ser lógico desde el punto de vista de que muchas hectáreas de éstas no están en producción, pero es que, aunque estuvieran en producción solamente una tercera parte de estas hectáreas, y dándole a estas hectáreas nada más que una producción media de 10.000 kilos, que es una cifra prudente, entonces ya saldrían 10.000 Tm. de aguacates y no 6.000 Tm., que es el dato del que parte Javier Calatrava, para sus cálculos. Yo no planteé este tema ayer con Javier porque pensaba que quizás en esta Mesa Redonda del Mercado Interior se iban a dar unos datos más actuales y que era el momento de aclararlo. Yo pienso que nosotros estamos consumiendo mucho más. Lo que se exporta, ya se sabe, eso está perfectamente controlado; el año pasado se exportaron cerca de 3.000 Tm. y se dice, bueno, pues a lo mejor lo que se come en el mercado interior, cosa que nadie sabe cuánto es, que nadie lo controla, puede ser un 30, 40 ó 50% de lo que se exporta. Mi impresión personal es que estamos dando unas cifras mucho más bajas de lo que es la realidad y que nosotros estamos consumiendo en estos momentos, como mínimo, 6.000 Tm., sólo el mercado interior. Lo lanzo solamente para que quien no esté de acuerdo lo diga. Y siento que no esté hoy aquí Javier Calatrava, para conocer su opinión al respecto.

ENRIQUE GRANA

Sólo quiero confirmar lo que dice Manolo Rodríguez, porque si dice en los papeles que nos habéis dado que son 6.000 Tm. la producción actual (2.800 de exportación y 3.200 de consumo interno), entre 33 millones de habitantes da 90 gramos, cerca de 100 gramos, esto, según los papeles; no según la corrección que hace él, que nos situaría por encima de los 200 gramos por habitante/día.

MIGUEL VILCHEZ

Yo quería aprovechar la oportunidad de esta mesa redonda sobre comercio interior para insistir en un tema que tiene precedentes, o sea, no es novedoso; puede serlo en el aguacate, pero tiene precedentes en otros productos que son producciones de frutos y hortalizas realmente tradicionales en nuestro país y que ha tenido utilidad en la ordenación de la oferta, sobre todo, en la llegada al mercado interior de mercancía que esté en unas condiciones de aptitud mínimas. Esa fórmula que ya existe, que no es novedosa, son las Juntas Provinciales Citrícolas, que existen, que conocemos y que funcionan con operatividad. Probablemente se han reducido a algunos aspectos que han sido los más fáciles, pero que también por fáciles han sido los más eficaces, como es la fecha de iniciación del corte. Es decir, el tener unas Juntas Provinciales que reúnan en una mesa a las partes interesadas por un lado, a la Administración Agraria, Comercial y Alimentaria, por otro lado, a los productores, y, por otro lado, a los comerciantes, ha permitido llegar a un acuerdo sobre fechas de iniciación de corte de determinadas variedades; esto en cítricos es conocido y entonces es fácil el control en los mercados para que no aparezcan antes de esas fechas, porque ya no es cuestión de que no esté bien o mal, es que no puede entrar, y no pueden ponerse a la venta partidas de esa determinada variedad; entonces esto ha tenido una cierta utilidad y la viene teniendo en el caso de los cítricos, y no sé si podría ser una experiencia válida, que tuviera interés para el caso del aguacate.

MODERADOR

Totalmente de acuerdo.

Ya lo ha apuntado anteriormente Carmen García Guzmán, en la Mesa "Propuesta de un Fondo de Promoción de Consumos y Venta de Aguacate". Estudiar las Juntas Provinciales de Cítricos, para ordenar el sector, estudiando sus poderes, cómo nacieron, en qué etapa están ahora exactamente, capacidad de gestión y posibilidad de aplicación de sus experiencias en el sector del aguacate.

ASISTENTE NO IDENTIFICADO

Hay un detalle que ha comentado el señor de Barcelona que estoy completamente de acuerdo con él. Aquí se está hablando que es el campo únicamente el que le hace daño a los mercados de ustedes, señores, y no es el campo solamente. Hay una línea paralela que es la exportación, que le hace tanto daño como el labrador malo. Cuando una mercancía, antiguamente el SOIVRE, hoy no sé como se llama, la denegaba en frontera, es decir, que no tenía paso hacia el exterior, ustedes saben mejor que yo, que esos iban directamente al mercado interior. Nadie vivía en qué condiciones, ni porqué el SOIVRE le había denegado la salida. Entonces eso hace tanto daño como el campo. Hasta que no se llegue a la conclusión de que una mercancía que en frontera le sea denegada la salida, haya que tirarla. Señores exportadores, si no hay salida, tirarla; porque si no está útil para el mercado exterior, no lo está tampoco para el interior.

JULIAN DIAZ ROBLEDO

Yo voy a hacer una declaración abundando en lo que ha manifestado Pedro Sitjar, porque el rechazo de exportación no es, ni ha sido hasta la fecha, fruto procedente de la Costa del Sol. Generalmente ha sido mercancía que ha venido de Canarias, en tránsito por Barcelona, para pasar a Perpignán, y porque ha llegado en contenedores herméticos, ha llegado la fruta excesivamente madura y al pasar la frontera la han rechazado y, consecuentemente, esa mercancía ha retrocedido hacia un mercado interior y el más próximo y con más posibilidades de venta es Barcelona. Pero tiene que quedar muy claro que esto no ocurre, ni muchísimo menos, con la mercancía de exportación de la Costa, en tanto y cuanto generalmente las revisiones se hacen por aquí y, lógicamente, cuando un producto no está en condiciones de ser exportado es altamente aprovechable para el mercado interior. O sea, no es que lo rechacen porque ese fruto no sea comestible, porque se sobreentienda que el exportador que desde origen, desde la Costa del Sol, envía un producto a Europa cumple unos mínimos según su leal saber y entender. Otra cosa es que no cumpla esos mínimos que exige el reglamento y que exige la Administración. Entonces le rechaza una partida, le rechaza un camión, pero es mercancía absolutamente útil para el mercado interior. Pedro se refería única y exclusivamente a la fruta que, procedente de Canarias, viene en tráfico para acercarse a Perpignán, a través del puerto de Barcelona.

MODERADOR

Como final y como resumen, para ser práctico, a partir del lunes se recibirán en la Secretaría del Comité Ejecutivo las sugerencias de los participantes. Posteriormente se enviarán las Publicaciones del Seminario. De ahí, con los planteamientos recibidos y datos en nuestro poder a preparar el camino para encauzar los objetivos del sector.

TEMA: INTRODUCCION DEL CULTIVO DEL AGUACATE EN LA PENINSULA.

PONENTE: LUIS SARASOLA LLANAS, Agricultor. Pionero en la introducción del cultivo del Aguacate en la Península Ibérica.

TEMA: INTRODUCCION DEL CULTIVO DEL AGUACATE EN LA PENINSULA

PONENTE: LUIS SARASOLA LLANAS

I. EN BUSCA DE LOS PRIMEROS AGUACATES DE LA PENINSULA

Voy a empezar la narración por la descripción del estado de cosas con que tropezamos Roger Magdahl y yo al realizar nuestra "ruta aguacatera" a lo largo de la costa mediterránea, interesándonos por los escasos ejemplares de aguacates que existían entonces, en la década de los cincuenta (exactamente en 1954). Y dejo para lo último las primeras iniciativas formales realizadas anteriormente y antes de la guerra civil española.

Ambos estábamos convencidos de las posibilidades comerciales del cultivo, y nuestro objetivo era ver —a ser posible— todos los árboles que crecían dispersos por toda la costa, y que suponíamos eran todos árboles bordes, suposición que era equivocada como posteriormente pudimos comprobar.

Empezamos la «ruta» por el oeste y fuimos basándonos en las informaciones que íbamos recogiendo por el camino.

El primer punto de interés fue la finca del General Lecea, en Las Chapas de Marbella. Al oeste de esta localidad no pudimos encontrar ningún árbol de aguacate.

El general era entonces Jefe de la Región Aérea del Estrecho (posteriormente fue Ministro del Aire bajo el régimen de Franco) y tenía una pequeña finca en Las Chapas en la que había una pequeñísima trinchera natural muy próxima al mar, pero suficientemente protegida de los vientos salinos por los altos bordes que la formaban. Esta trinchera él la llamaba «mi pequeño valle de La Orotava». En la misma existía una heterogénea mezcla de especies frutales, tropicales y subtropicales: aguacates, papayas, chirimoyos, feijoas, guayabos, macadamias, zapotes blancos, y especialmente mangos. De sus mangos, el general estaba muy orgulloso, y nos mostró una colección de fotografías de frutos que atestiguaban su prolífica fructificación, pese a ser árboles bordes. Posteriormente pudimos identificarlos como mangos de los cultivados en Canarias y denominados «mangas» en aquellas Islas.

El General Lecea había estado en Cuba y había tomado afición a las frutas tropicales. Por su puesto de mando en aviación, le fue fácil traer a España plantas de todas las especies descritas, muchas de las cuales llevaban la etiqueta de los Viveros Pestonit, de La Habana. Este ensayo del General Lecea fue meramente caprichoso, y sin pretensiones excesivas. No fue un ensayo con vistas a la creación de ningún cultivo comercial. Pero constituía por sí mismo, una prueba rotunda de las posibilidades de gran parte de las especies citadas. Posteriormente tuve contacto con él y me fue enviando fotos de los frutos que cosechaba y comentarios de interés. El contacto fue roto al ser nombrado Ministro y dejar abandonada la finca en manos de un encargado que no tenía interés ninguno en la materia.

El segundo punto de interés fue la finca de San Javier, de Churriana. En esta finca había dos gigantescos aguacates bordes, de raza mexicana

o híbridos, uno de los cuales tenía más o menos 1,50 metros de diámetro y sus enormes raíces sobresalían del suelo al modo de enormes ficus. El propietario de la finca no sentía especial interés por sus árboles; pero había sembrado semillas por un lado y otro de la finca y existían numerosos aguacates jóvenes y que vegetaban bien. Nos contó que un abuelo suyo, militar destacado en Cuba, era quien había traído las dos grandes plantas, probablemente hacia los años 1850/1860. Uno de esos árboles —precisamente el mayor— tenía bastante carga de fruto, de buen tamaño, piriforme y de excelente calidad, aunque de hueso demasiado grande. Nosotros injertamos en el Rancho California un árbol con material cogido del aguacate citado, al que pusimos el nombre de San Javier. Fotografías y descripción de los dos aguacates de esta finca fueron enviadas a la Year Book Calif. Soc., donde fueron publicados. Pero posteriormente el propietario de la finca la parceló a efectos urbanísticos y los aguacates desaparecieron.

Pese a que los suelos parecían excesivamente compactos, en la finca en cuestión era evidente que el aguacate —climáticamente— tenía grandes posibilidades en nuestra costa. Y coincidimos en apreciar que las semillas de esos viejos árboles habrían dado origen a los aguacates que fuimos encontrando por todas las fincas de Málaga, y en el mismo Parque de Málaga. Y a ellos nos referíamos siempre como «los abuelos».

Estos dos «abuelos» pese a haber sido importados de Cuba, no eran de raza antillana. Sus hojas tenían un ligero olor a anís, y el fruto no tenía ningún parecido con los frutos de raza antillana que posteriormente importamos de Florida.

El tercer punto de interés lo encontramos en la finca del Retiro. Finca muy renombrada en Málaga. Había sido creada por una autoridad eclesiástica, y ubicada en la carretera de Alhaurín contenía hermosos ejemplares de árboles ornamentales, y entre ellos algunos de aguacate (¿quizás semillas de San Javier?) de gran tamaño. El propietario entonces, creo recordar que era un irlandés, y no tenía idea ninguna del origen de aquellos árboles, que eran asimismo de raza mejicana o híbridos y que fructificaban anárquicamente.

En Málaga hicimos contacto con el Centro de Cultivos Subtropicales del INIA, del que era director el Ing. D. Antonio de la Huerta, cuyo interés estaba volcado sobre el cultivo de la caña, cultivo que a su juicio revestía el mayor interés comparativamente con los cultivos de frutos subtropicales. Nos informó de dos huertos con aguacates, pertenecientes al Centro. Uno en Torrox y otro en Motril. De ambos hablaré a continuación.

Punto siguiente fue el grupo de aguacates del Parque de Málaga formado por unos pocos árboles de raza mexicana con fuerte olor a anís en las hojas. El fruto no era apreciado, pero lo recogían porque algún funcionario del Ayuntamiento de Málaga se había aficionado a su consumo, y el jardinero tenía instrucciones de enviárselos.

También en Málaga mismo visitamos el Cementerio Inglés en donde existía un pequeño vivero de plantas de jardinería. El dueño sembraba todos los años algunos huesos de aguacate en macetas, para atender a algunos clientes de su negocio. Las semillas las recogía por uno y otro lado y las plantitas eran de raza mexicana.

Otro punto de interés fue la finca San José. En esta finca, que es actualmente el manicomio malagueño o sanatorio psiquiátrico, existían dos árboles de las mismas características que los del Parque, y más o menos de la misma edad, unos cuarenta años entonces. Esta finca creo que había sido de los Heredia, familia muy conocida en Málaga, dueños de unas importantes industrias de fundición.

Otra finca próxima, La Concepción, también al final de la Ciudad Jardín, tenía asimismo un par de árboles de aguacate, también de la misma edad y mismas características. Estas fueron fincas de recreo en las que los propietarios plantaron aguacates como curiosidad. La Concepción era propiedad del industrial bilbaíno D. Horacio Echevarrieta, persona muy destacada en política en tiempos anteriores a la guerra civil. Estos árboles existen actualmente.

Me parece necesario repetir que el origen de todos estos árboles, lo mismo los del Parque de Málaga, que los de las fincas reseñadas, estaba en «los abuelos» de San Javier. Corroboran esta idea tanto las características de todos ellos (ligero olor a anís en las hojas) como la edad de los árboles. Es fácil suponer que el dueño de San Javier repartiría semillas de sus aguacates entre sus amigos, interesados en tener la nueva especie frutal en sus jardines.

Dejando Málaga y siguiendo la costa hacia el este, dimos con un inesperado y me atrevo a decir que sensacional encuentro: cuatro árboles de raza antillana y un árbol de mango llenito de fruto. Nos habíamos metido en el valle de Vélez-Málaga y siguiendo indicaciones recogidas en Vélez, habíamos seguido por la carretera de Benamargosa hacia Triana, hasta dar con una finca en donde crecían —en excelente estado vegetativo— los cuatro antillanos y el mango. La finca era propiedad de un contratista de obras que no sabía lo que tenía allí, ni se preocupaba de ello para nada. Por otra parte, los árboles no habían sido plantados por él. La finca había sido heredada por su esposa, cuyo padre había traído las plantas de Cuba. Los cinco árboles estaban en completo abandono, ubicados en un talud a orillas de la carretera y recibiendo riego a través de los cultivos tradicionales de tomate, patata, etc., que se hacían en la parte cultivable de la finca, de la carretera hacia el río. Hay que decir que la finca en cuestión tenía muchas hectáreas de secano, por encima de la carretera, con almendros y algunos olivos. Este terreno de secano habría de ser muy posteriormente adquirido por el conocido mayorista de frutos de Madrid Julián Díaz Robledo y es en la actualidad una plantación de aguacates modelo en su género previos trabajos de transformación, que en aquellos tiempos no eran ni pensables. El dueño de la finca —creo recordar que un tal Clavero— estaba deseando encontrar un comprador, y no tenía ni la más remota idea de que aquellos terrenos —y en general todos los suelos del valle de Vélez—, iban a llegar a ser con el tiempo la zona aguacatera por excelencia de toda la costa mediterránea...!

Más hacia el este y siguiendo las indicaciones de D. Antonio de la Huerta, fuimos a parar en Torrox, a un pequeño huerto en el campo de experimentación que allí tenía el Centro de Cultivos Subtropicales del INIA, mencionado. Fue la primera vez, en todo el recorrido, que vimos la mano de alguien interesado en el cultivo y producción comercial del aguacate. Se trataba de un pequeño vivero, en total veintitrés aguacates, que habían

sido plantados en filas separadas de un metro, y posteriormente abandonado. Indudablemente el viverito en cuestión fue creado a efectos de producir planta injertada de aguacate, y estaría compuesto por unos cincuenta o cien arbolitos nacidos de semilla y bien plantados en filas. Con el tiempo y el abandono subsiguiente la mayor parte de los árboles perecieron y en el momento de nuestra visita solamente quedaban los veintitrés citados, ya hechos grandes árboles y algunos de ellos con fruto. Les calculamos una edad entre los quince o veinte años.

Fue el primer ensayo experimental del cultivo comercial del aguacate. Pero nadie —ni D. Antonio de la Huerta— supo decirnos quién había sido el propulsor de este ensayo, que posiblemente debió iniciarse en la cuando venga a hablar de los primeros pioneros del aguacate. Algunos de esos árboles bordes, y con características de mexicano o aún mejor, de híbridos y de guatemaltecos, pudieron ser considerados como frutos con valor comercial, tanto por su excelente calidad, como por su tamaño, su características de hueso pequeño, su forma, su tamaño, etc.

Llegamos finalmente a Almuñécar, y aquí encontramos tres árboles de aguacate. Dos en la finca de D.^a Elisa Carrasco. Y el tercero en otra finca de un señor conocido por el nombre de Paco el de la Capitana. Estos tres aguacates venían a tener una edad similar, en los diez o quince años. Todos eran de raza mexicana o híbrido, y siempre árboles bordes, es decir, sin injertar y nacidos de semilla. El estado vegetativo de los tres era excelente. Y su origen estaba en plantitas compradas en el Cementerio Inglés, de Málaga, criadas en maceta.

Punto importante y de gran interés lo encontramos en Motril. Aquí existía otro huerto de experimentación dependiente del INIA, Instituto Nacional de Investigaciones Agrarias, ubicado en una finca próxima al Santuario en el que había un grupo bastante numeroso de aguacates de gran tamaño, con una edad entre los quince y veinte años, todos ellos bordes. Habían sido plantados ordenadamente, y evidentemente con idea de ser injertados más tarde. Es decir, que habían constituido un pequeño vivero, y como en el caso del huerto de Torrox, nadie supo decirnos quién había sido el propulsor de este interesante ensayo, al que volveré más adelante, época inmediatamente anterior a la Guerra Civil.

Pero lo más importante de este huerto, fue un gran árbol lleno de fruto y de características guatemaltecas clásicas e inconfundibles. Fruto de buen tamaño, completamente redondo, de piel muy gruesa y muy arrugada, quebradiza, hueso pequeño, y de excelente calidad de carne. Indudablemente se trataba de un árbol injertado, plantado en tiempos anteriores al grupo de bordes citados, y separado del mismo, en la misma entrada del huerto. Este árbol de gran desarrollo y extraordinario vigor, podría tener una edad en los 20/30 años. Era muy significativo que se trataba del primer árbol injertado que habíamos encontrado hasta entonces (fuera aparte de los arbolitos del General Lecea), de donde se deducía que hubo alguien que convencido del porvenir del aguacate había hecho intentos para iniciar su cultivo comercial. Supusimos que ese alguien había sido el mismo que había creado el pequeño viverito del campo de experimentación de Torrox, ya que ambos huertos pertenecían al Centro de Cultivos

Subtropicales del INIA en Málaga. Lo que está claro es que hay alguien en Investigaciones Agrarias que antes de la guerra civil se ocupa de experimentar con aguacates en la Costa del Sol.

Sobre la existencia de este guatemalteco injertado volveré más adelante.

De Motril —y ganando tiempo— nos fuimos a Valencia. Concretamente a la Estación Naranjera de Burjasot, en donde sabíamos que había dos árboles grandes y de variedad injertada. Efectivamente se trataba de árboles de la variedad PUEBLA, cargados de fruto, y de gran desarrollo. De estos dos PUEBLAS tuve posterior información, que citaré más adelante. Basta decir —por ahora— que por aquellas fechas eran árboles de más de veinte años.

Y de Burjasot nos fuimos a Balaguer en busca del Prof. Sala Roqueta, de quien teníamos cumplidas referencias. Pero de este señor hay que hacer capítulo aparte, puesto que se trata —a todas luces— del pionero del cultivo del aguacate en la península, y su figura merece el puesto de honor de esta historia.

Sala Roqueta residía —como digo— en su finca de Balaguer. Y nuestra entrevista dio lugar a sabrosos comentarios aguacateros. Fuimos muy felices de hallar alguien en España que hubiese visto claro en el asunto, y que estuviese plenamente convencido del porvenir comercial del cultivo del aguacate en la costa mediterránea. Baste decir —por ahora— que a nuestro regreso a Málaga y por indicación suya nos detuvimos en Tortosa en la finca de su amigo D. José Boria Ulldemolins, poseedor de un árbol de Fuerte que Sala Roqueta le había regalado pocos años antes de nuestra guerra civil, y que pese a los años de abandono y de las heladas soportadas, crecía lozano y vigoroso, y producía abundantes cosechas de fruto que vendía a la Frutería Tivoli, de Barcelona, la mejor frutería —entonces— en aquella capital.

Aquí dimos fin a la llamada «ruta aguacatera».

II. LOS PRIMEROS INTENTOS. LOS PROTAGONISTAS DEL CULTIVO DEL AGUACATE EN CALIFORNIA, ISRAEL Y ESPAÑA. CRONOLOGIA.

Vamos a pasar ahora a repasar cronológicamente la historia de la introducción en España del aguacate y de la posterior evolución de su cultivo.

No hay que insistir en el origen centroamericano de la especie PERSEA. Pero sí hay que decir que su fruto desempeñaba en tiempos precolumbinos y posteriores, un papel muy importante en la alimentación de aquellos pueblos aborígenes, y sin duda, desde tiempos muy remotos. Los trabajadores mexicanos o guatemaltecos se llevaban al trabajo una o dos «tortillas» de maíz, cogían por el camino un par de frutos de aguacate maduros, y su comida para el día estaba al completo. No hay que decir que las citadas «tortillas» no tenían nada que ver con lo que nosotros en-

tendemos por tal, y que eran simplemente unas tortas de harina de maíz, asadas al calor de unas piedras calentadas al efecto.

Considero inútil repetir aquí la historia de los primeros naturalistas españoles que se ocuparon en el estudio del nuevo e interesante fruto, cuyo valor alimenticio estaba a la vista. Relación de todos ellos figura en el libro de Popenoe.

Sí hay que decir que los primeros envíos de semillas a Europa no tendrían lugar antes de los finales del siglo XVI o inicios del XVII. Y que anteriormente a la llegada de los conquistadores españoles, el aguacate había sido ya llevado a Sudamérica y era conocido y apreciado por los indios de aquellas regiones. Especialmente en el Perú, en donde le dieron el nombre de PALTA atribuíble a los indios «paltas» que habitaban una determinada región del Perú.

Pero la agricultura de aquellos pobladores del Nuevo Mundo era muy rudimentaria y no existían cultivos de aguacate propiamente dicho. Y hay que llegar a las primeras décadas del siglo XX hasta que aparece en California una verdadera «Industria aguacatera». Y hago mía la palabra «Industria» al hablar de un cultivo frutal, copiando el anglicismo conocido, ya que —en realidad— el cultivo de un fruto comercial implica no solamente las prácticas y las técnicas agrícolas, sino también la comercialización del fruto con la creación de los canales de distribución y la adopción de sistemas de envasado y embalajes que revaloricen comercialmente el fruto. Queda, pues, justificado el uso del anglicismo.

La industria aguacatera nace, por lo tanto, a primeros de siglo en California, con variedades importadas de México y de Guatemala, y también con las que fueron originadas por los primeros cultivadores. Hay que destacar que entre las primeras variedades selectas introducidas de Centroamérica, figuró la FUERTE, que al cabo de muchos años sigue teniendo rango comercial, y sigue siendo por su forma y su aspecto el «prototipo» del aguacate.

La evolución de su cultivo en California fue rápida. A la producción muy limitada se unía una demanda creciente, y los precios conseguidos fueron inicialmente muy altos, y estimularon el entusiasmo de los cultivadores. Por la década de los veinte el desarrollo de la industria aguacatera era ya considerable, y llamó la atención de las autoridades agronómicas que apoyaron la promoción del cultivo, mediante el envío a las zonas originarias de técnicos calificados, para conseguir semillas y material de multiplicación, con el fin de acelerar la creación de variedades selectas de fruto, adaptables a las condiciones de clima de California. Y aquí aparece ya la figura de Wilson Popenoe, cuya figura está unida estrechamente a la implantación y desarrollo del cultivo del aguacate en España. Popenoe era hijo de agricultores californianos. Su padre había creado un vivero de frutales y él mismo había seguido estudios universitarios de agronomía. Ello fue motivo de que el United States Department of Agriculture lo destacase como «agricultural explorer» a los países productores de aguacate en donde realizó una importante labor de investigación de árboles bordes con características comerciales. Fruto de esa labor fueron variedades que

por mucho tiempo tuvieron valor comercial, tales como la NABAL, la MAYAPAN, la ITZAMNA, y otras. Su labor se centro en Guatemala especialmente, haciendo el centro de sus trabajos en la ciudad de Antigua.

Y aquí viene a cuento narrar una divertida anécdota que tiene relación con el supuesto —y admitido— factor afrodisíaco del fruto. Don Wilson encontró acomodo en casa de una señora viuda y madre de dos atractivas «guayabos» (y empleo el término —claro está— en su sentido metafórico) que le recibieron con mucho agrado. Hay que aclarar que cuando yo conocí a Popenoe era una señor en la «tercera edad», pero todavía con buen tipo, y hay que suponer que en su juventud sería un atractivo muchacho. Don Wilson se entregó de lleno a su tarea y fue enviando a California y a Florida «púas» de aguacates que estimaba interesantes para su propagación. Y llevado de su celo aguacatero se propuso probar en sí mismo el valor alimenticio del fruto, a cuyos efectos hizo el plan de someterse durante una semana a una dieta reducida exclusivamente al consumo de nuestro fruto. Así se lo hizo saber a doña Pepita —que tal era el nombre de su patrona—, advirtiéndole que se abstuviese de prepararle su habitual comida hasta que hubiese terminado su experiencia dietética. Don Wilson observó —al parecer— que doña Pepita frunció ligeramente el ceño, pero no hizo mayor caso y prosiguió con su ensayo dietético.

Cual no sería su sorpresa cuando un par de días después doña Pepita le llamó en un aparte y le significó la conveniencia de que se fuese inmediatamente de su casa. Don Wilson, aturdido ante tan inesperada orden conminatoria, se precipitó en presentar todas las excusas a mano, suponiendo inocentemente habría incurrido en alguna incorrección. Más o menos el diálogo fue el siguiente:

Don Wilson: ...—Doña Pepita supongo que de alguna forma he podido ofenderle a usted o a alguna de sus hijas, pero le ruego crea que —si tal ha sido— no ha habido ninguna mala intención por mi parte. Estoy a usted muy agradecido por el trato familiar y amable de que me han hecho objeto, y lamento muchísimo haber cometido alguna torpeza que haya podido molestar a usted o a alguna de sus hijas. No veo —en realidad— qué es lo que ha podido ocurrir, pero comprendo que tiene que ser algo grave para que usted se crea en la necesidad de expulsarme de su casa. Si algo ha ocurrido...

Doña Pepita: ...—No, no ha ocurrido nada ...todavía. Pero usted está comiendo aguacates mañana, tarde y noche, y yo tengo dos hijas casaderas y sería muy lamentable que pudiera ocurrir algo que afectase a la buena reputación que mis hijas y yo disfrutamos en el pueblo. Le ruego por lo tanto que salga usted de esta casa. Y créame usted que siento tener que tomar esta medida, ya que veo que habla usted con sinceridad, y que no hay en su conducta ninguna mala intención...

Don Wilson no tuvo más remedio que «liar petate» y buscarse nuevo acomodo. Y hay que suponer que su marcha sería acompañada de cierta defraudada nostalgia por parte de ambas muchachas...

Es claro que esta historieta pudo ser mera invención de don Wilson y fruto de su «esprit gaulois» al que era muy dado. Pero puede añadirse

que sí «non e vero e ben trovato». Popenoe era descendiente de emigrantes franceses que huyeron de su país durante la represión contra los hugonotes a finales del siglo XVI y había heredado ese «esprit» que caracteriza al auténtico galo.

Posteriormente, don Wilson ocupó la dirección de la Escuela Agrícola Panamericana de Honduras. Pero de su colaboración en la introducción del aguacate en la península —colaboración muy decisiva— trataré posteriormente, porque es ya el momento de hablar del auténtico, del verdadero pionero del aguacate en España, y me estoy refiriendo al Prof. Sala Roqueta, a quien nos hemos referido al narrar la ruta aguacatera efectuada en 1954 en unión de Roger Magdahl.

D. Ramón Sala Roqueta era hijo de agricultores catalanes y había hecho estudios en la Escuela de Peritos Agrícolas de Barcelona, en donde había obtenido muy buenas calificaciones, gracias a las cuales obtuvo una beca de la Diputación para ampliar estudios en Norteamérica, en el campo de los cultivos frutales de zona templada: melocotoneros, manzanos, perales, albaricoques, ciruelos, etc. Es decir, frutales de interés en Cataluña. A California se trasladó nuestro personaje y pudo profundizar en los cultivos citados. Pero llega al condado de San Diego y ve por primera vez en su vida un árbol frutal que los americanos denominan «avocado pear» y que le llama poderosamente la atención. Hay que aclarar que el viaje de Sala Roqueta a California tiene lugar en la década de los veinte, cuando —como ya hemos dicho— la industria aguacatera empezaba a tomar auge. El nuevo frutal despierta su interés, y empieza a considerar que el clima que necesita no difiere mucho del que puede proporcionarle la costa mediterránea en España. Nace en él la idea de ensayarlo en la costa catalana y cuando vuelve a España viene bien provisto de semillas, de material de injertación y de alguna planta injertada.

Ya una vez instalado en su tierra dedica parte de su tiempo a desarrollar su plan; siembra sus huesos, injerta un árbol que como curiosidad personal del propietario existía en un jardín dentro del casco urbano de Barcelona, y poco a poco va consiguiendo plantas que en parte conserva para él, y en parte distribuye entre sus conocidos. Le es relativamente fácil conseguir en California por medio de las relaciones allí creadas, material de injertación que le permite obtener arbolitos de variedades selectas. Su entusiasmo por el ensayo que está llevando a cabo crece, viendo que sus plantitas soportan los inviernos rigurosos, que desarrollan normalmente, que se hacen adultos y que llegan a fructificar. Y escribe un folleto titulado EL AGUACATE EN LA COSTA MEDITERRANEA, en el que refleja los resultados conseguidos, e ilustrado con fotografías de árboles y de frutos. Como todo fruticultor, cae en la ilusión de crear nuevas variedades, que escoge entre los árboles que mejor se comportan. Y sigue disseminando sus arbolitos entre los agricultores conocidos suyos a los que orienta y aconseja. Es decir, realiza una auténtica labor de introducción y fomento del cultivo de aguacate y su ensayo puede ser calificado de decidido y formal. El folleto citado (editado por los servicios de la Diputación de Barcelona) vino a mis manos con sentida y alentadora dedicación, pero sin duda lo presté a persona interesada —ya en tiempos muy posteriores— y como ocurre siempre me quedé sin él. Pero entiendo que

habría que hacer las gestiones necesarias para conseguir un nuevo ejemplar que pudiera acompañar a esta breve historia aguacatera.

Pero desgraciadamente en este ensayo de Sala Roqueta concurren dos circunstancias adversas que echan a rodar tan interesantísimos trabajos. En primer lugar, los ensayos no se realizan en donde hubieran debido ser realizados. Cataluña no ofrece clima adecuado al cultivo comercial del fruto. Es claro que en determinados rincones de su costa, con un microclima privilegiado, el aguacatero puede crecer y aún fructificar normalmente. Prueba de ello es el árbol existente en Tortosa, de la variedad FUERTE, que sigue viviendo todavía con sus cincuenta y tantos años a cuestras y fructificando digamos que con normalidad. Arbol ya citado anteriormente en la propiedad de Boria Uildemolins. Pero los trabajos de aclimatación del aguacate en nuestra costa tenían que haber sido realizados en el trozo costero que actualmente constituye la Costa del Sol (malagueña y granadina) y enclaves costeros. Pero Sala Roqueta estaba en Cataluña y era natural que su empeño aguacatero lo intentase realizar allí.

Y en segundo lugar y más grave todavía acaece la gravísima circunstancia de nuestra guerra civil que impide la buena marcha de los trabajos. Numerosos técnicos tienen que exiliarse y entre ellos Sala Roqueta y Boria, que —ambos— tienen que salir fuera de España. Los arbolitos plantados por un sitio y otro son destruidos y toda la labor tan tesoneramente efectuada se pierde y se destruye. Sala Roqueta insistía que los árboles no se habían perdido a consecuencia de los inviernos rigurosos que tuvieron que atravesar durante muchos años, sino a consecuencia del abandono a que fueron sometidos. Y abona esa opinión el FUERTE de Tortosa, repetidamente citado.

Los años posteriores a nuestra guerra civil y que coincidieron con los de la segunda guerra mundial, no fueron ciertamente propicios a ocuparse de nuevos intentos en pro del aguacate. Y hay que decir, que dejamos el campo libre a los israelíes, que con peor clima y peores suelos que los nuestros, y con el handicap de su mayor alejamiento de los posibles mercados consumidores, tenían en cambio los mejores y mejor preparados técnicos apropiados para la tarea.

Hubo, sin embargo, otra oportunidad paralela a los ensayos de Sala Roqueta, y que se desaprovechó, realmente ignoro por qué motivos, pero únicamente explicable a la falta de interés de las personas que intervinieron en el asunto. Se trata de un envío de plantas que los Viveros Armstrong de California efectuó a destinación de la Estación Naranja de Burjasot. El envío se componía de un lote de agríos —especialmente limoneros—, y al mismo habían añadido unos cuantos árboles de aguacate injertados de las variedades PANCHOY, MAYAPAN, FUERTE, PUEBLA y no sé si alguna más. Por una feliz casualidad tuve en mi poder la orden de embarque en New York del citado lote, orden que era de fecha de febrero de 1933 y destinado al vapor Magallanes. Los dos PUEBLAS que vimos en la citada Estación en el transcurso de nuestra ruta aguacatera en 1954 formaron parte de dicho envío. Pero ignoro el destino que se dio a los restantes árboles. Cabe suponer que el gran árbol injertado exis-

tente en el huerto de experimentación de Motril, al que hemos hecho referencia, sea un MAYAPAN. Es lógico suponer que en Burjasot intervino algún técnico, que quizás efectuase el pedido de la planta, y que conoedor de las variedades, destinase el MAYAPAN a la costa granadina, estimando que una variedad guatemalteca encontrase en ese clima costero mejores posibilidades que las que pudiera ofrecerle la zona levantina, y reservase para Burjasot los dos PUEBLAS, variedad de pura raza mexicana y muy resistente al frío. Ambos árboles resistieron posteriormente las tremendas heladas que tuvo que soportar la costa levantina en febrero de 1955, y durante las cuales Valencia estuvo durante una semana entera con mínimas nocturnas de 10° grados bajo cero, y con máximas diurnas que no sobrepasaron los cero grados. Los dos PUEBLAS resistieron esos tremendos fríos mucho mejor que los agrios, y yo los volví a ver en 1956 con ligeros daños en las ramas punteras. Y en 1958 pude comer fruto de los mismos. La resistencia al frío del aguacate estaba suficientemente probada. En cuanto a los ejemplares de PANCHROY y FUERTE no conseguí saber nada. Lo que pude saber es que en Motril y en años posteriores a nuestra guerra civil actuó un ingeniero agrónomo cuyo nombre creo recordar que era D. Arsenio o D. Anselmo Rueda, y que este señor fue quien plantó el pequeño vivero de árboles bordes que vimos en 1954 y a los que he hecho referencia. Y quizás, asimismo, el pequeño vivero del huerto de experimentación de Torrox, también citado. La edad de los árboles existentes en ambos huertos justifican esta suposición, pero el caso es que los trabajos efectuados por este señor no cuajan, por los motivos que sea, en nada positivo. Y posiblemente fuese él mismo quien recibió el MAYAPAN y se hiciese cargo del mismo, concediéndole trato de favor.

III. PRIMEROS PASOS PARA EL ENSAYO DEFINITIVO. EL PAPEL DE WILSON POPENOE Y ROGER MAGDAHL

Hay que esperar hasta la década de los cuarenta cuando interviene Wilson Popenoe, intervención que había de ser decisiva en pro de la introducción del aguacate en España. Es decir, que habíamos perdido lamentablemente el tiempo.

Popenoe había sido escogido por la poderosa United Fruit Company como director de la Escuela Agrícola Panamericana de Tegucigalpa (Honduras). Dicha compañía había estimado conveniente crear la Escuela a fin de formar técnicos que dieran impulso a los cultivos tropicales y subtropicales en todos los países de Centro y de Sudamérica. D. Wilson se dedicó durante varios años a la tarea y de su Escuela salieron técnicos que se diseminaron por aquellos países y que llegaron a ocupar puestos importantes, no solamente en esa parte de América, sino también en Florida y hasta en Israel.

Fue a finales de la década de los cuarenta o principios de los cincuenta cuando Popenoe se jubiló de su cargo, y en unión de su esposa (que había actuado como secretaria suya en la Escuela) efectúa un viaje por Europa en el que iba incluida una visita a la costa mediterránea española. Había oído hablar de los incipientes cultivos de chirimoyo en un

rincón de la costa, y dirigió sus pasos hacia Almuñécar. El valle de Almuñécar estaba ocupado por los cultivos de caña, pero había —al parecer— bastantes huertos plantados de chirimoyos, cuyo fruto se comercializaba, digamos que en pequeña escala y sobre los mercados nacionales, especialmente Málaga, en donde la chirimoya era muy apreciada. D. Wilson pudo degustar el fruto, y llegar a la conclusión de que su calidad era superior a la de los mejores frutos producidos en el Perú (su zona de origen) y otros países de Centroamérica. Indudablemente el chirimoyo había encontrado en el bonito valle de Almuñécar un clima ideal, y podía vegetar y producir frutos de óptima calidad. La conclusión inmediata a la que llegó D. Wilson era que si los labradores de Almuñécar habían logrado tan destacado éxito con un frutal tan exigente en clima como el chirimoyo, cómo es que no se les había ocurrido probar con el aguacate, frutal menos exigente y con posibilidades comerciales mucho mayores que el chirimoyo... No encontró respuesta a la cuestión, pero sacó —en cambio— la convicción de que Almuñécar ofrecía indudables posibilidades al aguacatero.

Y aquí viene a cuento la anécdota que Popenoe repitió varias veces. Y es que a su regreso a América, al pasar por Madrid para coger el avión en Barajas, se le ocurrió darse una vuelta por el Ministerio de Agricultura y tratar de contactar con alguno de los técnicos ocupados en los cultivos tropicales y subtropicales. Dio con la persona idónea que le recibió muy amablemente, rogándole fuese breve en la exposición de sus deseos, por cuanto tenía que salir la misma tarde para la Guinea (entonces colonia española) para ciertos asuntos relacionados con el cultivo del cacao en aquella región. Don Wilson se limitó a decir que había sido hasta entonces director de la Escuela Agrícola Panamericana de Honduras, y que por muchos años había trabajado en la introducción del aguacatero en los EE. UU., por cuyo motivo tenía extensos conocimientos en su cultivo. Que acababa de recorrer la costa mediterránea y que había tenido ocasión de ver los incipientes cultivos de chirimoyo en Almuñécar, y sacado la conclusión de que el aguacatero tenía sin duda un gran porvenir en algunas zonas costeras de la península. Que si el Ministerio coincidía en la misma opinión, él se ofrecía de forma totalmente gratuita y sin más interés que el de ver florecer una nueva industria aguacatera, esta vez en el Viejo Mundo, para enviar semillas y material de multiplicación y facilitar en todo lo posible los trabajos de introducción y aclimatación del aguacate en España. Añadió que estaba seguro de que los países de la Europa Occidental ofrecerían la creación de importantes mercados consumidores, tal y como había sucedido —y estaba sucediendo en los EE. UU.—. Que habiendo cesado en sus funciones en la Escuela de Honduras, con mucho gusto ocuparía su tiempo libre para impulsar la tarea. La respuesta del técnico en cuestión se limitó a decir que él conocía perfectamente el fruto del aguacate y que había tenido ocasión en sus viajes a las colonias de Africa de probarlo y de consumirlo, pese a que no le gustaba absolutamente nada. Que estaba seguro que más o menos esa iba a ser la opinión de los españoles, a quienes les gusta la fruta dulce y jugosa. Y que no creía en el porvenir de un fruto, cuyo sabor indefinido no iba a encajar en los gustos del paladar español. Que el chirimoyo en cambio sí era seguro su porvenir, por cuanto su delicioso sabor le tenía asegurado un éxito rotundo y total. Añadió que le agradecía muy mucho (a don Wilson) su visita y su desprendido ofrecimiento, y que le perdonase de no concederle más tiempo

por cuanto los preparativos de su viaje no se lo permitían. Don Wilson obtuvo la impresión de que los israelíes no iban a encontrar excesiva competencia en España y que el Dr. Oppenheimer, empeñado entonces en el desarrollo del cultivo del aguacate en Israel, estaría muy contento de no encontrar dificultades por parte española, y de que los servicios del Centro de Cultivos Subtropicales, en Málaga, tuviesen centrada toda su atención en el cultivo de la caña de azúcar. D. Antonio de la Huerta, en efecto, había conseguido éxitos en dicha tarea, y la introducción de algunas nuevas variedades de caña (la P.O.J. 24, especialmente) aseguraban el porvenir de la industria azucarera en toda la zona subtropical del Mediterráneo. D. Antonio había publicado varios escritos sobre el resultado de sus trabajos y era comprensible que su labor se centrara sobre el cultivo de la caña, dando de lado a los cultivos frutales subtropicales para los que no veía gran porvenir.

En cuanto al Ministerio de Agricultura era claro que sus servicios estaban interesados en el desarrollo de los cultivos tropicales que tuvieran interés para la agricultura de las colonias de la Guinea y Fernando Poo. Cacao, café, piña tropical, etc.

Afortunadamente, para la implantación del aguacate en España, hubo un contacto entre POPENOE y un conocido suyo, ingeniero agrónomo alemán, naturalizado en Chile, D. Roger Magdahl, instalado en el valle del Aconcagua, con fincas en las que había desarrollado el cultivo de frutales subtropicales. Especialmente volcado sobre el cultivo del aguacate, había intuido la necesidad de importar de California las nuevas variedades allí creadas (FUERTE, etc.) y que habían de sustituir al típico aguacate de raza mexicana cultivado ya comercialmente en el país. La labor en cuestión tuvo éxito y las nuevas variedades californianas tuvieron éxito inmediato.

Mr. Magdahl, como todo europeo desplazado en los países americanos, echaba de menos Europa y concibió la idea de volver para acá, pero buscando un país con clima menos riguroso que el de Alemania. La información obtenida a través de Popenoe y especialmente la de la existencia de cultivos de chirimoyo en un rincón de la costa española del Mediterráneo le animaron a realizar el viaje, e incluyendo en el mismo la visita ese rincón almuñequero productor de tan exquisitos chirimoyos. Contactos con el Centro de Málaga dieron origen a esa ruta aguacatera descrita en la primera parte de esta relación. Y consecuencia de la misma fue la decisión de Roger Magdahl de comprar terrenos en una costa de clima —al parecer— tan privilegiado, e iniciar en ellos el cultivo del aguacate. Contó para ello con mi colaboración que —no tengo que decirlo— le fue concedida de inmediato, atraído por mi parte por una tarea tan apasionante como la implantación de un nuevo cultivo frutal.

IV. ELECCION DE LA FINCA

Se trataba solamente de escoger el lugar apropiado. Y mi opinión tajante fue la de comprar la finca del mango, ubicada en el camino de Benamargosa, en el valle de Vélez-Málaga. Las ventajas que ofrecía la finca en cuestión eran evidentes. En primer lugar, la existencia de los

cuatro aguacates antillanos y el mango; árboles que tenían bastantes años encima y que habían resistido los fríos de muchos inviernos, teniendo presente que la raza antillana era mucho más delicada en cuestión de frío que los árboles de raza mexicana o híbridos (que hasta entonces habíamos visto por toda la costa) y que el mango lo era todavía más. En segundo lugar, los suelos que formados por descomposición de las pizarras originales garantizaban un drenaje fácil y seguro y por ende las mejores condiciones de suelo. Además, la relativa proximidad a una capital importante —Málaga— provista de un gran aeropuerto. Y, por último, los evidentes deseos de vender que habíamos podido detectar por parte de su propietario. Pero es que, por otra parte, la finca, además de las tres o cuatro hectáreas de terreno llano por debajo de la carretera y dedicados entonces a los tradicionales cultivos de la zona (tomates, patatas, habichuelas, etc.), es decir terrenos puestos en riego; tenía por encima de la carretera una gran extensión de terrenos de secano con cuatro olivos y algunos almendros, terrenos que en un futuro próximo podían ser transformados y puestos en riego. Transformación que no hace mucho tiempo ha llevado a cabo nuestro amigo JULIAN, creando su Rancho Antillano, en el que prosperan muchos miles de aguacates y algunos cientos de mangos. Desgraciadamente para nosotros (por lo que más tarde explicaré) y afortunadamente para JULIAN, mi opinión no prosperó. D/ROGER daba mucha mayor importancia a la parte estética del asunto, y para él el cultivo del aguacate entraba solamente en segundo lugar. Y no cabe duda de que la belleza del valle de Almuñécar es única —y hablo para toda la Costa del Sol— y le confiere un atractivo íntimo de indiscutible valor. MAGDAHL fue sensible al mismo, e insistió en buscar un rincón bien situado en el delicioso valle de Almuñécar. La tarea, encomendada —como siempre— a un intermediario, dio resultados inmediatos, y el bonito Rancho California fue realidad.

V. LOS PRIMEROS TRABAJOS (AÑOS 1957-1960)

La primera tarea fue la de la «fabricación» de la planta, lo que a primera vista resultaba evidentemente fácil, habiendo tantos aguacates «bordes» por toda la costa, y siendo todos ellos de raza mexicana (o híbridos). Y estando allí los dos «abuelos» de San Javier, capaces por ellos mismos de suministrar cuanta semilla fuese necesaria. Evidentemente —y desde estas alturas se puede decir— estábamos equivocados. Nuestra única fuente de información en relación con los patrones a emplear provenía de California, en donde daban preferencia a los patrones de origen mexicano, con exclusión de los de razas antillana y guatemalteca. Esa preferencia estaba simplemente en la resistencia al frío del mexicano y en el problema de heladas que muchas zonas plantadas de aguacates tenían que enfrentar más o menos frecuentemente. Y sin tener en cuenta para nada la mejor o peor adaptación de las tres razas a las diferentes clases de suelo. Y, en realidad, más tarde pudimos saber que algunos viveristas de California utilizaban patrones de antillano, por mor del gran vigor con que desarrollaban de inmediato, dando origen a «seedlings» de mucho grosor, de grandes hojas, y con distancias muy cortas entre los nudos.

Como digo, fue fácil conseguir la semilla, y con muy poco gasto. Para su siembra preparé un almácigo con buena tierra de la ladera, cernida, y

mezclada con estiércol de cabra bien descompuesto, y arena. La germinación de la semilla era satisfactoria. Pero al plantar los jóvenes "seedlings" in situ, allí empezaron nuestras calamidades. Las plantas eran afectadas por una fuerte clorosis que terminaba en la necrosis marginal de las hojas, lo que afectaba de inmediato al crecimiento normal y como final determinaba la muerte de la planta. Uno y otro intento terminaban de la misma forma. Y el resultado era para desanimar a cualquiera por mucho entusiasmo que tuviese.

Evidentemente, el pH de los suelos que componen la vega de Almuñécar era —y es— excesivamente alto, y estaba claro que la causa de nuestros fracasos radicaba en la alta alcalinidad de los suelos. Era razón más que suficiente para lamentar no haber preferido la finca del camino de Benamargona, cuyos suelos tenían —y tienen— un pH normal. Pero ya la cosa no tenía remedio.

Afortunadamente la solución nos vino de nuevo vía de Popenoe, que de nuevo emprendía un viaje por tierras de Europa y por Israel, y anunció su propósito de hacer del Rancho su centro de excursiones (año 1956). Una vez instalado entre nosotros, y enterado de las complicaciones que enfrentábamos, su dictamen fue tajante y rápido: Estábamos perdiendo el tiempo con los "huesos" que recogíamos por la zona de Málaga. Y era absolutamente preciso utilizar patrones antillanos, ya que —por otra parte—, siendo el valle de Almuñécar una zona libre de heladas, la menor o mayor resistencia al frío de los patrones carecía de importancia. Dicho y hecho, le faltó tiempo a nuestro Wilson para programar viaje a las Canarias, y de allí se vino con una maleta llena de grandes "huesos" de cotiledones bien arrugados. Se había pasado el tiempo yendo todos los días al mercado de Santa Cruz y comprándole al dueño de uno de los puestos todo el fruto que le entraba; fruto redondo y de color rojizo, y de calidad ínfima; es decir, incomibles, en opinión de nuestro amigo, pero ¡con qué hermosos "huesos"...!

Hay que decir que en aquella época la industria aguacatera no había todavía tomado desarrollo en esas islas Afortunadas y que todo el fruto que sus mercados locales ofrecían era producido por los árboles "bordes" que abundaban por todos los huertos, árboles producidos por semillas enviadas especialmente de Venezuela. Es decir, puros antillanos, y no había confusión posible.

Y esta vez, las cosas cambiaron por completo. Las semillas germinaron rápido y bien, y los jóvenes «seedlings» (perdónenme si utilizo repetidamente esta palabra inglesa, pero es que matiza mucho mejor lo que se trata de expresar, que ninguna otra de nuestro idioma), transplantados in situ siguieron creciendo con gran vigor y sin asomo de clorosis, y dieron origen a hermosos arbolitos de aguacate que nos llenaron de alegría y satisfacción. El problema de la clorosis estaba resuelto.

Se trató entonces de escoger las variedades que había que cultivar. ¡Arduo y espinoso problema! Había dos caminos que se podían seguir. El primero era «jugarse el bigote» (como vulgarmente se dice) a dos o tres cartas. O sea, escoger —a ciegas— las dos o tres variedades de aguacate

que estlmásemos más idóneas. El otro camino era de hacer venir de una y otra parte un gran lote de buenas variedades y ver qué resultado daban una vez injertados en el Rancho.

Hay que tener en cuenta que no había experiencia ninguna en España, y que nadie —pero es que absolutamente nadie— podía darnos ni consejo ni opinión. Naturalmente y puestos a seguir el primero de los caminos, había una variedad a la que había que recurrir en primer lugar. Esta variedad era la FUERTE, que en aquellos tiempos seguía siendo la primera variedad de aguacate en todas las zonas del mundo, zonas de clima subtropical, bien entendido, puesto que en las zonas tropicales o semitropicales la FUERTE no tenía posibilidad ninguna. Encontrar o elegir la segunda no parecía cosa muy difícil. Tenía que ser una variedad de otoño o una variedad de primavera. Es decir, una variedad que completase el ciclo anual —más o menos— viniendo o antes o después de la FUERTE. Y mejor más bien después, ya que allí estaban las variedades guatemaltecas, cuya maduración era primaveral.

Hubiese sido más lógico haber seguido el primero de los caminos. Pero nos equivocamos nuevamente y seguimos el segundo. Hay que decir aquí, que la equivocación fue de Popenoe. Lo que tiene su explicación: Popenoe, aunque californiano de origen, había trabajado durante muchos años —durante su labor como director de la Escuela de Tegucigalpa— manteniendo estrechos contactos con Florida, con cuyos centros de investigación colaboraba, y con cuyos técnicos mantenía relaciones de amistad. Es decir, sentía simpatía por todo aquello que tuviese relación con Florida. Entonces, digamos que Popenoe impuso la necesidad de importar al Rancho las grandes variedades de Florida. Así se hizo, y con el propósito de poder escoger entre todas las variedades de aguacate que se importasen, aquellas tres o cuatro que diesen mejor resultado. Este segundo camino era más seguro —no cabe duda— pero era mucho más lento, y nos hizo perder demasiado tiempo.

Doña Elena —la esposa-secretaria de Wilson— se puso a la máquina, hizo contactos con todos los amigos y relaciones que su marido sostenía por todo el ancho mundo, y empezamos a recibir material de multiplicación de todas las partes. California, Florida, Honduras, Texas, Hawai, Australia, Israel... Mi tarea era la de injertar aquel material en los jóvenes antillanos que seguían creciendo lindamente en los suelos del Rancho. Era labor fácil. No existía en España cinta de vinyl apropiada, que Wilson se encargó de pedir a Florida, y con esa cinta el injerto de "veneer" (enchapado le pusimos nosotros) que los técnicos de Florida habían descubierto y estaban utilizando para el injerto del mango, nos dio estupendos resultados. Se podía decir que el éxito se acercaba al 100%.

En resumen, que llenamos el Rancho de un montón de variedades, la mayor parte de las cuales no valían —comercialmente hablando— absolutamente para nada...

Los primeros resultados demostraron que dos variedades de Florida: La LULA y la WALDIN tenían una gran precocidad en su puesta a fruto.

Y que otra variedad —también de Florida— la KAMPONG les seguía de cerca. La LULA era la primera gran variedad (en aquellos tiempos) de Florida, y cubrían las necesidades del mercado de N. Y. en una determinada época del año, cuando la FUERTE procedente de California escaseaba. Y también, oue otras dos variedades de California: la NABAL y la HASS, eran asimismo muy precoces.

Y aquí viene a cuenta una divertida anécdota relacionada con aquellos primeros trabajos.

De entrada, hay que decir (creo que ya ha sido dicho anteriormente) que en el llamado "Cono Sur" de Sudamérica, no se habla de aguacates sino de "paltos". "Palto" el árbol y "palta" la fruta.

Añadir que en ciertas partes de Andalucía se produce una confusión entre las letras "erre" y "ele" en el habla vulgar y corriente de las gentes.

Y que las parcelas que formaron el Rancho California, tanto las hazas como los bancales, estaban todas plantadas de chirimoyos de diversas edades, algunos ya grandes y en plena producción, otros más jóvenes, y algunos recién plantados. Y que se imponía la ingratísima tarea de arrancar todos aquellos árboles; tarea muy dura para quien presume de amarlos. Pero que había que poner manos a la obra.

Fuimos arrancándolos progresivamente y por parcelas, conforme teníamos planta de aguacate disponible.

Aquella operación llamó poderosamente la atención de los labradores del pueblo que no comprendían muy bien lo que estaba ocurriendo y que veían extrañados —y me atrevo a decir que con alarmada indignación— que se arrancasen chirimoyos ya criados y algunos —repito— en plena producción.

Naturalmente, y a medida que iba creándose cierta confianza entre todos, terminaban acercándose, y pidiendo poco menos que explicaciones. Por mi parte yo evitaba alargar excesivamente la cuestión y salía del paso diciendo "que se trataba de cultivar un nuevo frutal", "que queríamos hacer algunos ensayos", etc. Pero hubo alguien que durante la estancia de Roger Magdahl en el Rancho se le acercó para formularle las mismas preguntas. Roger contestó que queríamos cultivar el "palto", ya que él, como buen chileno, hablaba de paltos y no de aguacates. El tal, entendió que queríamos cultivar "Esparto". Y el comentario en el pueblo fue de los que hacen época: Aquellos franceses (en aquellos lejanos tiempos todo extranjero era siempre un francés) estaban arrancando los chirimoyos para cultivar "esparto" en la vega...!, ¡Chalao perdíos que estaban! Hasta hubo alguien que detrás de todo aquel tejemaneje veía objetivos poco menos que inconfesables... Total, que no nos mandaron la Guardia Civil por milagro...

Entre tanto, las cosas en el Centro de Cultivos Subtropicales habían cambiado. El Ingeniero Enrique Grana se había hecho cargo de la dirección, y mostró de inmediato un gran interés por el cultivo del aguacate. Esto tuvo gran importancia para el progreso de la "industria agua-

caterra" en la Costa Mediterránea. D. Enrique vio desde el primer momento la importancia que podía llegar a adquirir el nuevo cultivo frutal y se volcó materialmente. Su ayuda fue decisiva en muchos aspectos y su entusiasmo reforzaba el mío y me ayudaba a enfrentar y vencer las dificultades. La primera cosa que tomamos en manos fue la de seguir la pista a los árboles bordes de Torrox —ya citados— ya que algunos de ellos se habían hecho grandes árboles, disputando el espacio a los árboles vecinos y habían empezado a fructificar. Los numeramos en un pequeño plano y describimos sus características. Había uno de ellos (el n.º 9 si no recuerdo mal) que reproducía frutos de una calidad excepcional. Tenía una forma piriforme, un tamaño medio, una piel parecida a la de FUERTE, y —sobre todo— una carne fina, de bonito color amarillento, cremosa, y de un sabor único y extraordinario. Pero que producía muy poco. Y había otra variedad (creo que la n.º 23) de raza guatemalteca a todas luces, de buena calidad y que ¡factor muy importante! maduraba su fruto muy tarde en primavera, digamos que casi entrado el verano. Esta variedad era más productiva, pero con tendencia a alternar un año sí, otro año no.

A pesar de ello, ambas variedades fueron injertadas en el Rancho, quizás impulsados por era ingenua manía de todo fruticultor de crear una variedad nueva que mejorase las grandes variedades existentes.

VI. VISITA DEL DR. OPPENHEIMER, DE ISRAEL (OTOÑO DE 1958)

Y aquí viene a cuenta interrumpir el relato de nuestros trabajos y nuestros afanes para narrar una anécdota muy simpática y muy significativa. En el caso que yo había hecho contacto —a través de Wilson— con el Dr. Oppenheimer, de Israel, ya citado anteriormente.

De este señor, cuyo nombre sonaba notablemente dentro del mundo de la producción de frutos tropicales y subtropicales, y que había escrito una obra muy importante sobre el tema, de este señor —digo— recibí noticias informándome de su proyecto de venir a Europa y de visitar España y especialmente nuestra costa mediterráneo, y me preguntaba si podía ofrecerle posibilidades de alojamiento. Se interesaba grandemente por el cultivo del chirimoyo, del que no habían logrado obtener resultados positivos allí en Israel. Eso sí, habían logrado un híbrido entre el chirimoyo y otra "anona" (no sé ya cuál) que habían bautizado con el nombre de ATÉMOYA, cuyo fruto era parecido a la chirimoya en cuanto a forma y tamaño, pero de calidad muy inferior.

Naturalmente que me apresuré a contestar a tan ilustre personaje, diendo su entonces escasa producción en los mercados europeos (París, muy satisfecho de poner tener entre nosotros al —digamos— jefe de la fruticultura israelí.

Una vez instalado en el Rancho, Oppenheimer (que era un señor muy serio y muy poco comunicativo) se "pateó" literalmente hablando todo el valle de Almuñécar y enclaves anexos. Y digo se "pateó", porque no utilizó más que sus piernas para sus desplazamientos. Lo recorrió todo, sacó fotografías de todo, y preguntaba continuamente sobre todo, preguntas que no siempre eran fáciles de contestar.

No hay que decir que fue objeto por nuestra parte del mejor trato. Pero sí hay que decir que nos regaló un bonito jarrón de Talavera que aún conservo.

El caso es que cuando llegó el momento de abandonar el Rancho, yo le pregunté —¡quizás ingenuamente!— su opinión sobre las variedades de aguacate que a su juicio y habiendo apreciado nuestras condiciones de suelo y clima podían ser aconsejables. La respuesta de Oppenheimer, muy seria y tajante fue: "...Yo cultivaría el chirimoyo". La palabra "tableau" que dicen los franceses en tales casos me vino a las mientes. Pero claro que me abstuve de decirle que ellos —los israelíes— estaban venespecialmente) a precios que venían a ser equivalentes a nuestras 100 pesetas (¡de entonces!) el kilo; y que nosotros no sacábamos más de 3,50 por kilo de chirimoyo en nuestras "corridas" locales. De todos modos insistí en el aspecto económico del asunto, y finalmente Oppenheimer se ablandó me habló de sus trabajos en Israel. La su propósito de conseguir llenar todo el año con fruto de dos o tres variedades. Que habían empezado —¡naturalmente!— con la FUERTE, que habían adoptado la NABAL como variedad de primavera-verano y que centraban su interés en una nueva variedad de toño, la ETTINGER. Esta variedad —me contaba— había sido creada por la siembra de un hueso de FUERTE, cuyo fruto había comido un judío que regresaba de Chile a Israel por barco. El fruto que dio el joven arbolito no se parecía gran cosa a la FUERTE, era de tamaño bastante mayor, tenía el hueso grande, y la forma era más ovoidea. Y además la calidad de la carne era sensiblemente inferior. Pero tenía la gran ventaja de madurar el fruto un par de meses antes que la FUERTE. Es decir, era una variedad de otoño que podía salir a los mercados bastante antes que esta última.

Y añadió que como polinizador utilizaban la BENIK, guatemalteco de origen californiano y descubierto por Popenoe. El fruto de la BENIX era de excelente calidad, pero la forma y lo arrugado de su piel no le prestaban atractivo.

Hay que insistir una vez más en que todo fruto de aguacate, para tener valor comercial tenía que ser casi igual al de FUERTE, que representaba entonces —y sigue representando ahora— el fruto standard.

Pero la respuesta de Oppenheimer (¡yo cultivaría el chirimoyo!) significaba bien a las claras que a los israelíes no les hacía maldita la gracia que otras zonas mediterráneas se lanzasen también al cultivo del aguacatero...

VII. LA CUESTION DE LAS VARIEDADES

Volviendo a lo nuestro, hay que hablar de la FUERTE. Esta variedad demostraba cierta —digamos— anarquía en su comportamiento, lo que encajaba perfectamente en su reputación. Era fama que las zonas costeras, próximas al mar, no le resultaban muy bien, y que se acomodaba mucho mejor a zonas del interior, con más horas de frío durante el invierno, pero —¡sin embargo!— con temperaturas primaverales en la época

de la floración lo suficientemente suaves para asegurar el cuaje de la flor. Las diferencias de comportamiento, aparte del clima, daban a entender que en una misma finca y con muy pocas diferencias de situación había árboles de FUERTE, injertados con el mismo material que producían con regularidad satisfactoria, mientras que otros producían más bien cuando les daba la gana. O sea, que fructificaban "anárquicamente". Más o menos, todos los viveristas de California (en donde la FUERTE era la variedad "leader" número uno) presumían de poseer "líneas" de FUERTE mucho mejores que la variedad original, que se suponía no ser una variedad clonal. Nosotros importamos algunas de ellas: La NEWMAN, la MAC DONALD, la MAC DOUGAL. Y efectivamente no sé ya cuál de ellas pareció más productiva y menos anárquica en su forma de fructificar.

Pero era ya imposible proseguir en la tarea de ensayar y experimentar. Necesitábamos producir y vender fruto, y para ello había que escoger dos o tres variedades de entre todo el batiburrillo introducido en el Rancho. Y fueron varias las razones que motivaban la elección de variedades guatemaltecas, y la primera era que su fructificación se producía en muy buena época (invierno/primavera), permitiendo soslayar la ya inicial producción de FUERTE que venía de Canarias y que alcanzaba hasta los meses de marzo-abril. Las guatemaltecas, en Almuñécar, podían cosecharse precisamente a partir de marzo y cubrían la demanda del mercado durante toda la primavera y principios del verano. Es decir, comercialmente hablando, durante una época muy buena. Teníamos que centrar nuestra producción con un par de esas variedades, siguiendo el sabio consejo de que es mejor andar sobre dos pies que sobre uno solo.

Hay que decir que las variedades guatemaltecas tenían —en general— el defecto de la vecería. Dicho de otro modo, de producir un año enormemente, y producir nada o muy poco al siguiente. Este defecto era muy típico de la NABAL, que era la variedad que los israelíes habían adoptado, como ya dijimos. Claro está que esta "vecería" afectaba a los árboles aisladamente y no al huerto en su totalidad.

Y también hay que decir que nosotros, y siguiendo consejos de Oppenheimer, habíamos traído de Chile la ANAHEIM, variedad guatemalteca de calidad tirando a mala, pero muy productiva. En opinión de Oppenheimer, la ANAHEIM en una finca tan cercana al mar como la nuestra iba a dar muy buenas cosechas. Y añadía que la mala calidad se mejoraba sensiblemente retrasando la cosecha todo lo posible, retraso éste que venía muy bien a nuestros propósitos. Y añadía, muy sensatamente, que la calidad del fruto era un factor secundario para el principio— su paladar bien formado y que lo mismo iba a pagar buen productor, porque el consumidor español no tenía —ni podía tener al precio por un fruto de alta calidad como por otro de calidad algo inferior. El (Oppenheimer) no tenía mucha simpatía por la HASS, que había —naturalmente— ensayado ya en Israel. Aseguraba que la HASS exigía un clima muy determinado, y que en climas cálidos tenía tendencia a producir frutos de tamaño pequeño y de forma redonda, defecto

que le restaba valor comercial. Que ese había sido el motivo de haberla ellos rechazado en Israel y haber dado preferencia a la NABAL como variedad primaveral cosechable a continuación de la FUERTE. Y que también había sido la razón para que la HASS no hubiese sido adoptada en Florida, en cuyos climas el defecto era aún más acusado. El temía que el clima ñe Almuñécar no le fuese más propicio. Y, efectivamente, no solamente eran ambos defectos, sino que también la HASS tenía tendencia a producir fruto de piel mucho más verrugosa, muy fea y muy poco atractiva. En su favor, había que decir que el defecto de la "vecería" era menos acusado que en las restantes variedades guatemaltecas.

En resumen, que la variedad perfecta no existía, porque esta perfección era definible como una variedad cuyo árbol fuese de la rusticidad de la BACON, y con un fruto igual en forma y tamaño que la FUERTE. y con la calidad de carne igual que la HASS. Yo había visto fruto de esta última variedad traído de Chile o de California, y que era muy distinto del nuestro, con tamaños en los 200/250 gramos, de piel más lisa y de forma piriforme. Y en casa el porcentaje de fruto de 160/175 gramos era excesivo, la tendencia a producir fruto redondo era muy acusada, lo mismo que la tendencia a dar frutos de piel excesivamente verrugosa. Claro que todos estos defectos de la HASS eran más o menos corregibles. Se trataba de dar con la fórmula de abonado más idónea, y se trataba —especialmente— de hacer una drástica entresaca del fruto, en primavera, cuando el tamaño del mismo era como el de una avellana, echando abajo todas las puntas de las ramas cargadas de fruto y totalmente defoliadas. Es decir, efectuar una severa poda del árbol cuyo cuaje de fruto fuese a todas luces excesivo.

Y el lector tendrá que perdonarme si me extendo también excesivamente en detalles. Pero quiero que participe —en cierta forma— de las dudas y de la incertidumbre y de las vacilaciones en que me movía en aquellos tiempos, en que una decisión podía resultar fatal para el porvenir de "nuestra causa", como inicialmente la habíamos bautizado.

Para abreviar, diré que finalmente me decidí por la ANAHEIM y la HASS, dejando algunos árboles de FUERTE para seguirles la pista, y haciendo un pequeño "arboretum" para conservar algunas variedades que podían tener interés para el futuro de la industria aguacetera en la península. Citaré, entre otras, la BACON, la SHARWILL (australiana de calidad insuperable), el TORROX 23, la ETTINGER, la NABAL, MAC ARTHUR, RINCON, ZUTANO, y alguna más que se me olvida.

Con toda idea había realizado la plantación a un marco de 4 × 4 metros, con el fin de injertar los "seedlings" de HASS y ANAHEIM al cincuenta por ciento y poder decidir entre una y otra variedad, dejando un marco final de 8 × 8 metros. Es decir, que una de las filas era totalmente provisional, mientras que la otra debería contener un árbol definitivo y otro provisional. No se me ocultaba la idea de lo difícil que es, llegado el caso, de llevar a cabo esa entresaca, resultaba a menudo que el árbol que había que arrancar era el mejor de todos, y que el que

debía quedar era menos valioso. Pero este contratiempo ocurre siempre y hay que aceptarlo. Lo que sí hacía era plantar dos "seedlings" juntos en lugar de uno, con el fin de arrancar el menos bueno de los dos, o de injertarlos por aproximación, llegado el caso.

Y se me quedaba "en el tintero" una anécdota simpática. Resulta que a Wilson se le ocurrió pedir a uno de sus amigos en Florida que le enviase material de la variedad SIMMONDS, no sé por qué razones, puesto que tal variedad era admitida como fruto de gran tamaño y de pésima calidad. La contestación del técnico a quien se había dirigido fue: "—... que si se enteraba el General Franco de que estaba intentando él (Wilson) cultivar la SIMMONDS en España, muy probablemente le mandase fusilar..." Afortunadamente para Popenoe, Franco no sabía lo que eran los aguacates, ni mucho menos lo que representaba la variedad en cuestión.

VIII. LOS PROBLEMAS DEL SUELO

Las cosas seguían adelante, pero siempre con dificultades y continuos problemas derivados de la calidad de los suelos del Rancho. No eran realmente suelos arcillosos. Pero eran suelos compuestos por los limos decantados por las aguas del río, limos de textura muy fina y que prácticamente se comportaban como la arcilla a efectos del drenaje y de la retención de la humedad. Con los suelos húmedos detrás de las lluvias las raicillas del aguacate eran víctimas del ataque de hongos, hongos que —eso sí— abundaban en nuestros suelos. Hay que tener en cuenta que estos suelos nuestros habían sido durante muchos años objeto de cultivos de hortalizas varias, y especialmente de solanáceas (tomate especialmente, patatas, berenjenas...) y que el resultado era que numerosas clases de hongos proliferaban con abundancia. Pronto tuvimos árboles afectados por el Verticillium, y aunque los árboles se recuperaban, ocurría a veces que el ataque se repetía nuevamente a los dos o tres años. Y, finalmente, el árbol desmejoraba y se perdía. Al Verticillium se añadía la Armillaria, que en ocasiones formaba un hongo de buen tamaño que se desarrollaba en el cuello del árbol y en muy escasos días. Había que intervenir lo más urgentemente posible y sanear la madera podrida hasta dar con la sana; y cubrir la herida con mastic desinfectante. Y siempre el temor de que entre estos hongos patógenos estuviese el temible Phytophthora, o espada de Damocles suspendida sobre todo cultivo de aguacate. Fueron varios los técnicos que aparecían por el Rancho y que diagnosticaban al Phytophthora como causante de la decadencia de los ya enormes árboles que se habían desarrollado en los suelos de las hazas. Entre ellos recuerdo a D. Teodoro Soto, una de las mayores autoridades dentro de la fruticultura del Caribe. Tajantemente afirmó que nuestros árboles estaban afectados por el Phytophthora. Nosotros habíamos mandado hacer repetidos análisis de suelos, con resultados siempre negativos. Pero el Sr. Soto insistía que el aislamiento del hongo del Phytophthora era problemático. Más o menos que era el primero en apa-

recer, que muy fácilmente podía ocurrir que pasase desapercibido, dando paso —por así decirlo— a otros hongos más fácilmente detectables, y que era probable que tuviésemos el phytophthora en el Rancho, ya que todos los síntomas —a su juicio— eran inconfundibles.

Para una mejor comprensión de nuestros problemas, conviene añadir que en aquellos ya lejanos tiempos no teníamos a nuestra disposición ninguno de los adelantos de que el agricultor dispone actualmente en España. Y me refiero a los materiales de plástico que hoy día se utilizan para tubos y bolsas en los viveros de plantas de todas clases, láminas también de plástico para cubrir el suelo alrededor de los jóvenes arbolitos que no toleran el uso de herbicidas y que sufren de las hierbas perennes (grama especialmente) que compiten con ellos y les disputan el abono y el riego. Tampoco disponíamos de la gama de productos químicos —herbicidas, fungicidas e insecticidas— que existen hoy en día. En fin, que las dificultades eran mayores y los medios de controlarlas, mucho menores. Tampoco disponíamos de los quelatos de hierro para el control de las clorosis férricas, y que el sulfato de hierro era totalmente inoperante en nuestro caso.

IX. DIFUSION DEL CULTIVO

La anécdota que se ha contado antes en relación a los “paltos” demuestra el interés que despertaron en el Valle del Río Verde los trabajos que se hacían en el Rancho. Por supuesto, que nosotros fuimos muy prudentes y en absoluto se nos ocurría hacer campaña entre los agricultores para que pusiesen aguacates. Hay que insistir en la ignorancia en que estábamos sumidos en aquella época. Todos nuestros conocimientos eran teóricos. Teníamos la evidencia de que el aguacate podía vegetar bien en nuestro clima y en ciertas zonas de nuestros suelos, pero teníamos que aprender por nuestra propia experiencia.

Las opiniones que recibíamos (Magdahl, Popenoe, etc.) a menudo eran diferentes cuando no contradictorias. Todos tenían ideas, pero nadie tenía la seguridad. Popenoe abogaba por las variedades antillanas e híbridos de Florida, que consideraba más adecuadas a nuestro clima. Pero Magdahl dudaba mucho del valor y del porvenir comercial de las mismas, y el tiempo le dio la razón más tarde. Por aquel entonces, en el Centro de Cultivos Subtropicales de Málaga, el antecesor de D. Enrique Grana, parecía estar convencido de que la verdadera fuente de riqueza agrícola para la Costa era la caña de azúcar y ni siquiera al chirimoyo que se estaba ya cultivando comercialmente en Almuñécar le dedicaba mayor interés.

Teníamos, por tanto, que hacer todo desde el principio y las únicas fuentes de información eran los “Year Books” de la “California Avocado Society” y el libro de Aogson. Y, por supuesto, no estábamos seguros de

que los datos que nos daban fuesen totalmente aplicables en nuestras condiciones de suelo y clima.

En estas circunstancias, de inseguridad e incertidumbre, no podíamos evidentemente hacer de apóstoles de un nuevo cultivo alternativo del que nadie sentía la menor necesidad, puesto que existía el prometedo cultivo del chirimoyo, establecido en la zona con indudables visos de rentabilidad y que gozaba de bien merecido prestigio y del aliciente de que su zona de producción se limitaba al valle de Almuñécar y los enclaves anexos.

No nos dedicamos a vender plantas; no había entonces plástico y no había posibilidad de producir planta en tubo. El trasplante del aguacate a raíz desnuda era muy problemático y estaba condenado siempre al fracaso en un elevado porcentaje. Había que arrancar cuidadosamente el arbolito con su cepellón de tierra íntegro y manejarlo muy cuidadosamente al plantarlo en el sitio definitivo, que tenía que ser muy cercano. Los suelos del Rancho son muy limosos y el cepellón se desmoronaba muy fácilmente. Tuvieron que pasar algunos años hasta que la aparición del material plástico permitiese la fabricación de tubos que son las llamadas bolsas, actualmente en uso.

En aquellas condiciones la planta que producíamos era sólo para nuestras necesidades y, por otra parte, tampoco había demanda de planta. De vez en cuando se vendía alguna planta a personas interesadas. En general, los labradores plantaban un par de aguacates para "ver lo que pasaba". También enseñé a algunos la técnica del injerto de enchapado, que era nuevo para ellos, acostumbrados al injerto de estampilla y a la amarra con esparto. Les enseñaba a atar con cinta de "vinyl" del que había conseguido que se fabricasen en Barcelona bobinas muy similares a las que venía recibiendo de Florida. También hice algunos injertos en fincas de algunos labradores que habían plantado aguacates bordes cedidos por el Rancho. De las que recuerdo ahora mismo, se puede citar la finca de Paco Castillo, que había sido propietario de lo que fue el Rancho California, introduciendo en dicha finca algunas variedades que creíamos podían llegar a ser variedades "leader" en el futuro; entre ellas la KAMPONG, árbol que hace poco tiempo he visto convertido en un bello ejemplar de aguacate, cargado de fruto y que le ha dado ya sus buenos ingresos al amigo Paco.

Con los peritos de Extensión Agraria tomé contacto desde el principio. Hay que señalar que el perito del PPO, Miguel Bruna, mostró decidido interés por el aguacate. Por iniciativa suya di alguna charla ante un público bien preparado, abierto y deseoso de adquirir información. Me propuso él y algunos otros directivos del PPO que aceptase un cargo de colaborador, retribuido naturalmente, pero no lo acepté por mor de mis obligaciones con el Rancho; y, además, porque, en mi opinión, la difusión de estos conocimientos era labor del Servicio de Extensión Agraria.

Las primeras ventas de fruto podrían fijarse entre los años 60 y 61. Mi idea era la de formar una pequeña y muy selecta clientela de detallis-

tas por toda España, uno o dos en cada ciudad, para evitar competencias y conseguir vender a precios altos.

Desde que empezamos a vender y se conocieron los precios en la zona, que era nel triple o más que los precios de los chirimoyos, el interés de los agricultores por el aguacate aumentó rápidamente; empezaron a aumentar las peticiones de plantas y comenzaron a sembrar huesos de aguacate, y a formar sus propios viveros que después injertaban como hacíamos en el Rancho y les había mostrado.

Los primeros frutos se envasaron en platos de madera de cinco o seis kilos neto. Los envíos se hacían por ferrocarril a porte pagado; en aquella época el ferrocarril era un transporte rápido, seguro y relativamente barato. Tardé bastante en conseguir envases de cartón como los que se utilizaban en California y Florida. Para este momento tenía ya unos veinte clientes en distintas ciudades.

X. BREVE REFERENCIA A LA INTRODUCCION DEL CULTIVO DEL AGUACATE EN CANARIAS

No quiero terminar sin hacer mención de los trabajos que D. Andrés García Cabezón había emprendido en Canarias en pro de la industria aguacatera en aquellas islas. Poco es lo que puedo decir al respecto. Solamente que sus trabajos los había iniciado poco más o menos al par de los nuestros. D. Andrés había trabajado para la poderosa multinacional Shell y con tal motivo había podido ver de cerca los cultivos de aguacate en California. Era nacido en Madrid, creo recordar, pero había desempeñado algún cargo en las Canarias, en donde pululaban los aguacates bordes de raza antillana, a la que he hecho ya referencia. Comprendió la necesidad de importar en las islas las variedades californianas, y, como es natural, empezó por la FUERTE.

Anteriormente ya he dicho que esta variedad tenía reputación de no ir bien en las zonas costeras, próximas al mar. Pero indudablemente esta reputación no era del todo cierta, porque en las islas Canarias, digamos, que todo es zona costera, y, sin embargo, la FUERTE fue desde el principio una variedad productiva que se acomodaba a todos los ámbitos y que de inmediato fue cultivada por todos los labradores canarios, que veían en su cultivo un sustituto del tradicional cultivo del plátano.

Y aparte de la FUERTE, intentó —como buen fruticultor— crear sus propias variedades. Y allí, en su Jardín de Aclimatación de La Orotava, apareció la OROTAVA, un puro guatemalteco de forma esférica y de piel tremendamente verrugosa, y a todas luces poco comercial. Y también un híbrido, la GEMA. Y otro híbrido, la ROBUSTO, con cierta semejanza a la FUERTE, al parecer muy productivo también, pero con un período de recolección más corto.

Era evidente que ninguna de esas variedades podían desplazar a la FUERTE de su liderazgo. No sé decir nada más de García Cabezón.

Y creo que mi relación está terminada. Todos aquellos pioneros de primera hora: Popenoe, Magdahl, Saña Roqueta, Oppenheimer, todos han desaparecido ya. Cumplieron su misión, y dejaron la industria aguacatera en las mejores manos. No hay duda ninguna de que el cultivo del aguacate en la Costa del Sol, y aún en algunos rincones de Levante, constituirá una gran fuente de riqueza.

Málaga, verano de 1983.

TEMA: MERCADOS ACTUALES DEL AGUACATE.

PONENTE: ZWI SHACHAR, Israel. Experto en Comercialización del Aguacate. Ex responsable del Fruit-Marketing Board de Israel para cultivos subtropicales.

TEMA: MERCADOS ACTUALES DEL AGUACATE.

PONENTE: ZWI SHACHAR.

Antes de empezar con el tema de hoy, quisiera adelantar dos cosas:

En primer lugar, quisiera dar las gracias a la Directiva de la Semana Verde del II Seminario del Aguacate, por haberme invitado, y en especial a algunos de mis grandes amigos que tengo aquí en esta linda parte de España, que siempre me gusta muchísimo volver a verlos, como son Manolo Rodríguez, Carmen García, Mariano Cruz y Miguel Vilchez.

Si me permiten, la segunda cosa que quiero decir antes de empezar es que me da una gran pena que no pueda estar con nosotros uno de los productores de aguacates más antiguos que hay en España, y el primero que ha puesto una plantación comercial en esta zona; es don Luis Sarasola, que, por un accidente que ha tenido, no ha podido venir. Una de mis ideas era que estuviésemos los dos juntos en alguna conferencia, y espero que lo podamos hacer en el III Seminario.

El tema de hoy será "La comercialización del aguacate en el mercado europeo durante los últimos dos años"; o sea, lo que ha pasado desde el I Seminario del Aguacate, que se llevó a cabo aquí al principio de abril del año 1981.

Siento mucho que en la exposición de este tema, aunque yo por mí soy muy optimista, otra vez no voy a poder ser muy optimista cuando hablemos un poco del año 1985 y algo más de los cinco años posteriores.

Todos ustedes han escuchado la brillante exposición del señor Calatrava, y en este sentido tenemos prácticamente las mismas ideas, sin habernos intercambiado durante los dos últimos años nuestros datos e informaciones. En referencia a lo que puede pasar o va a pasar, lo que pensamos, en los próximos ocho o diez años, llegamos ayer y nos sentamos una media hora antes de su conferencia y comparamos números e ideas, resultando casi idénticas, sin haber hablado antes, prácticamente desde su visita a Israel y mi posterior visita a Córdoba en abril de 1981.

En el último Seminario yo les conté algo sobre el desarrollo de la industria aguacatera en Israel, y, por lo tanto, y por falta de tiempo, no lo voy a hacer hoy. Sin embargo, para que tengan alguna idea de este sector de la agricultura del aguacate, les voy a dar algunos números sobre la producción mundial del aguacate, que, desde luego, es bastante interesante. He de decir, desde luego, que el aguacate es una fruta maravillosa, y yo estoy convencido de esto; si no fuese yo un gran comedor del aguacate no podría ser buen vendedor: tanto convencer a la gente que hay que comprarlo y que hay que comerlo.

Los últimos números que tenemos son de la década del año 1979; en este año había una producción mundial de 1.400.000 Tm. de aguacate. Tomando en cuenta un incremento más o menos del ocho por ciento anual, se puede estimar que hoy en día existe y produce el mundo alrededor de 1.700.000 Tm. de aguacate. Desde luego, de esta cantidad, la producción de América del Norte, Central y Sur será cerca de 1.200.000 toneladas métricas; o sea, la gran mayoría de las frutas se producen en el área de donde salió el aguacate, o sea, Méjico, que tendrá una producción de 400.000 Tm.; EE. UU., con 135.000 Tm. en el 1979, mientras

tanto ya tienen 240.000 Tm., y Brasil, con 140.000 Tm., y el resto de los demás países del Centro y Sur de América.

Africa, en el año 1979, produjo 85.000 Tm., de las cuales 18.000 Tm. eran de Africa del Sur y el resto de los demás países.

Asia, que, desde luego, incluye las Filipinas y otros países del Este, produce 126.000 Tm., de las cuales en el año 1979 nosotros teníamos una producción de 33.000 Tm.

Europa produjo en el año 1979 2.000 Tm., y esto es todo de España, incluidas las Islas Canarias, porque realmente, aparte de unas Tm. sueltas que se producen en Sicilia, la producción de Europa es la producción de España.

Estos más o menos son los números que tenemos sobre la producción internacional de todo el mundo. Desde luego, ustedes tienen que saber que de estos 1.700.000 Tm., figuran en el consumo internacional una cantidad bastante pequeña hoy en día, que será más o menos alrededor de 50.000 Tm., porque todo lo demás y, desde luego, toda la fruta del Centro y Sur de América se consume en los países que la producen. EE. UU., aparte de unas 1.000 Tm. que manda al Japón, también consume toda su fruta, y mayormente, un ochenta por ciento de la producción de California se consume en California, y algo de la fruta de Florida, que es la segunda zona de producción de EE. UU., va a los mercados de Nueva York y alguna a la costa del Este.

Con esto, sobre la producción mundial, ahora algunos números sobre la producción de Israel, y siento mucho que esta conferencia no sea sobre filosofía ni cuentos, sino mayormente números, porque si yo tengo que hablar de la comercialización del aguacate hay que hablar de números.

La superficie plantada en Israel, hasta diciembre de 1981, era de 12.500 hectáreas, de las cuales 5.200 estaban en producción y 7.300 de árboles en formación.

Siguen plantando en Israel anualmente entre 1.000 y 1.300 Has./año, excepto unos dos años, después de una campaña malísima que hemos tenido, que era la de 1980-81, por causas climatológicas, no de una helada, sino de otras causas que no voy a entrar en ellas, que fueron durante la polinización de la fruta; después de este año, un año más tarde se enfriaron un poco los productores, pero hoy en día subió esto otra vez y estamos entre 1.000 y 1.300 Has. anuales.

Así que tenemos en producción para la campaña 1982-83, que es la campaña de este año, alrededor de 6.000 Has. más o menos de aguacate. El año que viene (1983-84) vamos a tener 7.100, y desde entonces les voy a dar los números cada año sin decir dicho año; después de 7.100, 8.300, 9.700, 10.800; hasta acá estoy hablando de árboles que ya están plantados, así que de estos números no hay ninguna duda. Desde el 1986-87, tomando en cuenta que no bajarán mucho las plantaciones de 1.000 Has., se seguirá con 12, 13 y 14.000 Has. en producción.

La exportación con nosotros está entre el 85-86% de la producción; se exporta a Europa, el 98%, aparte de algunas cantidades pequeñas

que mandamos a Africa del Sur cuando ellos no tienen aguacate; algo mandamos a Canadá, principalmente para molestar a los americanos (risas), para que no nos manden aguacates a Europa, y algunas toneladas métricas a Yugoslavia.

Hace dos años dije que la exportación a Europa en el año 1985-86 sería de cerca de 80.000 Tm. de aguacates. Tengo aquí mis notas que he hecho de la conferencia que dí hace dos años aquí, en el 1981, y me las he traído; y, desde luego, después de la conferencia yo había pensado que no me iban a querer más aquí, porque los productores han dicho, bueno, este Shachar nos quiere meter miedo y está exagerando, y yo qué sé qué más con los números que ha dicho; y lo que he dicho sobre la producción de esta campaña, o sea, la campaña 1982-83, se está cumpliendo, de acuerdo con los números que hemos tenido; yo les dije que este año íbamos a exportar a Europa 43.000 Tm., después de haber exportado el año antes, esta temporada mala que hemos tenido, que mandamos 6.000 Tm. en total; teníamos una campaña del 1979-80 que era de 28.000 Tm., y yo les dije, bueno, después de este año, e en el 1982-83 tendremos 43.000 Tm., y todo el mundo estaba convencidísimo que esto era una exageración; pues les puedo decir que este año vamos a mandar a Europa no 43.000 Tm., sino algo que se va a acercar a 50.000 toneladas métricas de aguacate, y si yo digo se acerca, puede ser entre 49.000 y 50.000, porque tengo ya los números hasta el sábado pasado; habíamos exportado alrededor de 38.000 Tm. y nos quedaron todavía para la campaña de este año, o sea, desde el 13 de este mes, que era domingo, y hasta que terminemos, que será al final de abril o principios de mayo, alrededor de 12.000 Tm. de dos variedades, que son la Hass y la Naval, y hay unas 700 Tm. de Reed, que las vamos a mandar al final de toda esta campaña.

Desde luego que, aparte de estas 49 ó 50.000 Tm., hay algunos países exportadores más que mandan su fruta a Europa, y en este instante yo hablo solamente de la temporada que es de principios de octubre o final de septiembre hasta final de abril, o sea, la temporada que es interesante para ustedes y para nosotros.

Se agregan a estas 50.000 Tm. los aguacates españoles; he preguntado y me han dicho que la exportación española, incluyendo las Islas Canarias, será este año algo entre 4.000 y 5.000 Tm. Así que con todo esto llegaremos a unas 55.000 Tm. durante nuestra campaña de octubre a abril, y a esto fácilmente se tendrán que agregar otras 9.000 ó 10.000 Tm. del Africa del Sur, que quedan para los meses de mayo, junio y julio; de la Martinica, que empiezan en agosto, y que van a mandar alrededor de 2.000 Tm., me imagino durante lo que queda de este año hasta principios de octubre; entonces tendremos un consumo de aguacate en la campaña 1982-83, en Europa, de alrededor de 67.000 Tm., de las cuales, como ya les he dicho, 55 ó 56.000 Tm. hasta el final de abril.

Cuando hablo de precios, que voy a empezar a hablar, voy a hablar de Francia por dos razones:

La primera es que, desafortunadamente, ustedes exportan casi todo a Francia, menos las Islas Canarias, que lo hacen mayormente a Inglaterra, y todavía voy a decir algo de Inglaterra en conexión a las Canarias, aunque mi amigo Víctor Galán no puede estar aquí, pero se está segura-

mente enojando muchísimo conmigo; así que hablaremos de los precios de Francia, ya que no sólo ustedes mandan la fruta a Francia, sino todo el mundo. Hoy en día Francia es entre el 72 y el 74% del consumo del aguacate en Europa, y, por lo tanto, todo lo demás no tiene mayor importancia en este marco.

Nosotros sabemos, tanto de algunas investigaciones del mercado que hemos hecho en los diferentes países de Europa, y de la experiencia que hemos tenido, y yo la tengo ya casi veinte años (desde el año 1957, que toda la importación de aguacates de Europa era de 14 Tm. de Israel, ni una Tm. de otro lado, de las cuales, se vendieron 9 en Inglaterra; 6, en Francia, y 2, en Suiza; y este fue el último año que Inglaterra compró a Israel más aguacates que Francia), y desde entonces nosotros sabemos lo importante que es hacer una campaña de promoción, como lo hacemos nosotros en aguacates; no somos los únicos, los únicos otros que gastan dinero en propaganda son los surafricanos; la hacen en el verano, y hacen muy bien, y esto es importantísimo, que tengamos a alguien como Africa del Sur, que venden aguacates en el verano, porque si no todo el mundo se olvidaría de lo que es un aguacate, lo dejan de comer por unos cuatro o cinco meses, y después sería un desastre en octubre empezar otra vez a distribuir el mercado.

Pero aparte de ellos, somos los únicos que nos hemos gastado un dineral en promoción, porque sin esto no se vendería aguacate en Europa de ninguna manera. Ya saben ustedes que no es una manzana, que cualquiera la conoce, la compra y la come; y hemos gastado en los últimos tres años alrededor de dos millones de dólares en promoción y propaganda en Europa y, a veces, con resultados a corto plazo absolutamente ridículos del punto de vista comercial, yo les digo que, por ejemplo, gastamos en Alemania el año pasado 300.000 dólares para vender 1.200 Tm. de aguacates; hagamos la cuenta cuánto cuesta la propaganda de cada Tm. de aguacate, que es casi más de lo que recibíamos por la fruta, para desarrollar este mercado.

Empecé —y quisiera después de este intervalo— a decir que nosotros sabemos que haciendo esta clase de promoción, y es una lástima que no voy a tener tiempo de hablar sobre esto, pero quizás en la mesa redonda después quisiera hablar sobre el mercado de Alemania, Italia e Inglaterra. Sabemos que se puede subir la venta en Europa alrededor del 10-12% de la cantidad sin tener que bajar el precio. Yo por el instante hablo del precio de compra en Europa, tomando en cuenta solamente la inflación europea, no tomando en cuenta los cambios en el mercado financiero entre el valor del franco francés en relación al dólar; sobre esto todavía voy a hablar algo más.

Respecto al valor en francos, con un aumento de oferta del 10% se puede mantener el precio; si no tenemos 10% más, si mandamos, digamos, el año que viene (no va a ser, esto es un sueño) la misma cantidad de este año, se podría subir el precio el 10%. Pero, ¿por qué? ¿Tenemos el 10% de nuevos clientes? ¿O es que las gentes, en lugar de comprar un aguacate cada mes va a comprar uno cada dos semanas? Teniendo un incremento de la oferta al mercado de más del 10 ó 12%, entonces tiene que bajar el precio: y lo hemos comprobado muy bien este año; si en la campaña del 1981-82 Israel ha recibido unos 1.500 dólares la Tm.

C.I.F. Marsella, el precio que tenemos en la campaña 1982-83 (yo les estoy dando números exactos) el precio que hemos recibido sobre las primeras 27.000 Tm. vendidas (precio promedio) era, en lugar de 1.500 dólares, 1.150 C.I.F. Marsella.

El mercado europeo hasta hoy en día ha consumido el 50%, o entre el 45 y el 50, más que el año pasado; y de acuerdo a las fórmulas que yo tengo, y con todos los señores que me lo han discutido, ninguno salió ganando un 10, 12, 15% más, está bien, un 35% arriba de esto ha causado una baja de precios en dólares que ha sido de 350 la Tm., o sea, el 26-27%. Claro, que esto incluye factores que no tienen que ver, solamente con la baja de precios, que ha habido por la oferta muy grande, sino también con el estado del franco francés. Les voy a decir algo más sobre este problema, pero antes de esto, y para darles una idea de las cantidades que se han mandado este año, les voy a decir que en la semana 21, es decir, del 28 de febrero hasta el 5 de marzo, hace muy poco (como nosotros tenemos esto en una computadora), yo el domingo en la mañana supe toda la venta de cada sucursal de Agresco en Europa, con el precio de lo que han vendido hasta el viernes, y las cantidades. Entonces, Francia, en esta semana, vendió 254.000 cajas, que son 1.000 toneladas métricas de aguacate. En dos semanas, o sea, las semanas 21 y 22, han vendido toda la exportación de España. Toda Europa, durante esta misma semana, del 21 al 5 de marzo, vendió 1.500 Tm., que fueron cerca de 400.000 cajas, o sea, 386.611 cajas.

El precio que recibió en la semana 21, de promedio, en el mercado de Francia, ha sido de 29,90 francos más o menos, alrededor de 135 pesetas, precio venta mayorista en Francia; de esto pueden imaginarse cuánto puede quedar al productor. Para evitar que hubiera un hundimiento de precios en el mercado francés, hemos decidido que a la fuerza hay que desarrollar otros mercados en Europa para no tener que poner el 72 de la fruta en el mercado de Francia. Y de los países que quedan, realmente quedan tres países que son interesantes, Alemania, Italia e Inglaterra, porque en Suiza vendemos muchísimos aguacates, pero tienen cinco millones de personas, y Alemania es un mercado difícilísimo, y no voy a entrar ahora en esto; pero, respecto al mercado inglés hemos decidido que éste será el mercado que va a tener que absorber una cantidad mucho más grande de aguacates; porque el mercado inglés tiene algo muy especial, no hay problema de vender más aguacates, sino que es un problema de precio: bajando el precio por 10 pénix se venden 6.000 cajas más; bajando 20 pénix se venden 20.000 cajas más.

Nosotros nunca hemos vendido en Inglaterra más de 30.000 cajas por semana de las nuestras, aparte las de Canarias, y este año, empezando con la campaña de la Navidad, o sea, de principios de diciembre, hemos vendido en Inglaterra 60.000 cajas de aguacate.

Desde luego, lo que causaron estas 60.000 cajas de aguacate fue un precio —C.I.F. Marsella— de 850 dólares. Hay que tener en cuenta, y lo van a entender muy bien cuando hable un poco de los años 1984-85 y 1988-89, que sin desarrollar otros mercados, y especialmente el mercado alemán, inglés e italiano, va a llegar el momento, en los años que he mencionado, que con todo el dinero que nos gastamos de propaganda, puede haber una situación que no vamos a poder vender más aguacates,

quizás a ningún precio. Porque con aguacate no es un problema de que si el precio es muy bajo la gente coma más o menos; el problema es que de 300 millones de europeos, hay quizás un —creo que estoy exagerando— 20-25% que lo conocen, ya no hablo de cuántos lo están consumiendo diaria o semanalmente o una sola vez al mes; y lo sabemos exactamente a través de las investigaciones que hemos hecho en Europa en todos los países; y puede llegar el momento que tampoco en Francia, que conocen la fruta, la van a comprar a ningún precio; y puede llegar un momento que lleguemos a un precio, que no está muy lejos, que quizás el costo directo lo vamos a cubrir, pero la amortización de las plantaciones e instalaciones nunca se van a cubrir. Yo les aseguro que en ese momento todo el mundo no va a ganar dinero del aguacate; los que hacen las cajas, los camiones de transporte y los mayoristas que van a cobrar su comisión; el único dudoso si le va a quedar algo es el productor, que está haciendo el trabajo de la plantación. Se puede evitar esta situación, y yo soy optimista, porque ¿quién comió naranjas en Europa hace treinta años y cuántos comen hoy? ¿Quién comió plátanos hace 40-50 años en Europa? Yo soy muy optimista, pero hay que trabajar duro en esto, hay que hacer propaganda, hay que llegar con frutas buenas y hay que tratar de desarrollar todos estos mercados que hoy en día consumen 20 gramos per cápita, y esto necesita mucho dinero y mucho esfuerzo, no pudiéndolo hacer nosotros solos (Israel).

En octubre de 1978 costó un dólar en Francia 3,99 francos, o sea, que para cada kilo de aguacate, vendiéndolo en 32,60 francos, que era el precio entonces promedio de todo el año, nos quedaron 2,04 dólares venta en el mercado de Francia.

En noviembre de 1982 el dólar estaba a 7,31 francos, y aunque recibimos en lugar de 32,60, 38 francos por caja, nos dejó, en lugar de 2,04 dólares el Kg. en el mercado, 1,30 dólar por cada Kg.

El 10 de marzo de 1983, hace una semana, el dólar estaba a 6,93 francos; ya se ha dicho antes que el precio en el mercado era de 29,70 nos quedó de cada Kg. de aguacate un dólar venta en Francia de promedio, de todas las variedades y todos los mercados. De venta, resto la comisión, como les he dicho, la distribución en Francia, y como ustedes saben, 1,07 dólares son 135 pesetas; bueno, hagan las cuentas.

Ahora tengo un pequeño problema, porque en la exposición de Javier Calatrava ayer, él tomaba como cotas de futuro las campañas 1985-86 y 1990-91. Yo he trabajado con 1984-85 y 1988-89 en Israel. De ello la pequeña diferencia existente entre sus números y los míos, por lo demás muy similares.

En cualquier caso, yo pienso que 1985-86, como lo deduce de sus análisis Javier Calatrava, será una campaña crítica para aguacate; porque cualquiera que sacó la cuenta tiene que saber que aunque en la cuenta de las hectáreas que he mencionado al principio de mi conferencia, hay un incremento que no es muy grave, es alrededor del 15-20% digamos, quizás menos, anual, de año a año. Como quiere la naturaleza, los aguacates no entienden de mercado, y rinden muy alternativamente, hay un año peor y hay un año mejor, y esta es la razón por la cual sólo hace dos años que estuve aquí y dije que iba a haber 43.000 Tm., y como hemos tenido un año extraordinario de bueno, en lugar de 43, hay 50; yo pienso

que el año 1983-84, que va a ser el año que viene, quizás no tendremos más de un incremento del 15%, pero esto quiere decir que el año después de este, que es el 1984-85, tendremos 66.000 Tm. de Israel, es decir, una subida de un 30%.

El número de España yo creo que no estará bien, porque yo he partido de una exportación este año de 4.000 Tm., y si es menos, quizás entonces también va a ser menos, yo pensé en 9.000 Tm. para dentro de dos años; unas 800 Tm. de la Martinica en nuestra temporada, 3.000 de Africa del Sur de un total de 15.000 Tm., que me imagino que van a tener, y otras tantas Tm. de otros países, o sea, una campaña en el año 1984-85, de 81.000 Tm. para toda Europa en comparación a 55.000 este año. Yo pienso que quizás no consigamos cambiar mucho la distribución, por eso he previsto que vamos a bajar en Francia de un porcentaje del 72% en alrededor del 69%, quizás. Se tendrán que consumir en el año 1984-85 100.000 Tm. de aguacate durante todo el año; 80.000 Tm. durante el invierno y 20.000 Tm. durante el verano. Precisamente por esto, y no quiero hablar de variedades, pero es imprescindible para ustedes, porque nosotros no lo podemos hacer por causas climáticas, tenemos una temperatura más alta que ustedes, y, por lo tanto, el Hass no se puede mantener en el árbol más que hasta mayo, así que si el Reed no da resultado, hay que hacer todo el esfuerzo que ustedes puedan en su propio interés, no en el nuestro, de tratar de mandar la cantidad más grande que puedan de Hass en los meses últimos, quizás hasta agosto; porque cualquier niño puede entender que aun siendo la temporada de invierno mejor para la venta de aguacates que el verano, hay un desequilibrio completo entre vender en octubre a abril 80.000 Tm., y de mayo a septiembre 20.000 Tm. Y si no lo hacen ustedes, va a haber un peligro tremendo; el peligro tremendo será que EE. UU. va a recibir un precio tan bueno en Europa, que van a empezar a mandar. En la temporada mala que tuvimos en Israel, o sea, la temporada 1980-81, que exportamos 6.000 Tm., los americanos mandaron por primera vez 6.000 Tm. a Europa; desde luego, que hubo precios altísimos. Este año nosotros recibimos 2.500 dólares por las 6.000 Tm.; ustedes también recibieron un precio fantástico y mandaron muchísima fruta; pero los americanos tuvieron un desastre, porque la fruta llegó mal; ellos exigieron un precio pagado en empacadora en California, y algunos pagaron un precio muy alto; la fruta llegó después de tres semanas y no era tan buena y, desde luego, que perdieron mucho dinero muchos comerciantes de Europa; pero ellos tienen logística y hoy en día ya mandan en julio-agosto a Escandinavia, que son los únicos que llegan allí; porque Martinica envía toda su fruta a Francia, y si ustedes no van a ocupar este mercado, lo van a tener que hacer ellos. Están ustedes poco preocupados, pero, sin embargo, es un peligro, y este peligro consiste en un país que tiene una producción de 400.000 Tm., como les he mencionado, que es Méjico, que tienen miles de hectáreas nuevas plantadas de Hass. Así, pues, ellos pueden entrar en este mercado y después, una vez que van a aprender cómo se hace, será un desastre. Claro que para Méjico es mucho más difícil, por la simple razón de que no tienen logística de llevar desde la empacadora al mercado en París, y nosotros tenemos complementamente prohibido mandar expertos de Israel a Méjico para enseñarlos (cuando yo voy a Méjico nadie sabe que estoy, excepto mi hermano), pero los americanos sí les pueden enseñar, inclusive pueden hacer ellos las empresas.

Aparte de esto está todavía el problema del transporte de tres semanas, y en cuanto al transporte aéreo, como el Gobierno les va a dar una subida muy grande, no van a poder competir; quizás en el verano, pero en el invierno no. Pero los americanos, en un año de cosecha entre 250.000 y 300.000 Tm., que le van a pagar a 33 centavos americanos el Kg., van a venir en su temporada y en la nuestra. Porque una vez teniendo allá las salidas los mayoristas, y aprendiendo en el verano cómo lo hacen, lo van a hacer en el invierno; esto va a ser el gran peligro, más que los mejicanos, los americanos; porque después van a venir en enero y en febrero, en marzo, cuando el Hass madure, y si van a tener un precio bajo allá, van a venir a Europa y esto es un peligro muy grande; aunque yo en Europa dije que después de este año, que vendieron 6 000 toneladas métricas, con lo que perdieron los mayoristas de Europa, pagando un precio bajo en California, se van a cuidar; muchos creyeron en Israel que seguirían mandando, la verdad es que ya no mandan casi nada: unos cientos de toneladas.

Pero el peligro existe, y precisamente por esto yo creo que ustedes tendrán que tener en cuenta que habrá que hacer lo máximo posible para llevar la mayoría que se pueda de fruta en verano, que habrá menos competencia y mejor precio.

Bueno, yo creo que con esto he terminado. No sé cuánto puedo dedicar ahora al tema que se va a hablar del mercado inglés, alemán e italiano; pero si me permiten, cinco o diez minutos más, yo he hecho un trabajo que trata del consumo del aguacate en Europa, y he aprovechado para traducirlo un poco del hebreo, pues les iba a ser un poco difícil a mis amigos leerlo, aunque están invitados siempre a visitar Israel para estudiar hebreo; lo he traducido al español y trata del consumo del aguacate en Europa; voy a hablar del consumo actual y del consumo necesario en el futuro, no lo que los europeos van a querer comer, sino lo que van a tener que comer (risas) si no queremos tirar los aguacates.

En este trabajo hablo solamente del aguacate de Israel, pero ya que Israel es el 68% más o menos de todo el aguacate que llega a Europa durante todo el año (durante la temporada de octubre a abril, somos el 85%), creo que cualquiera lo puede traducir muy fácilmente al total. Entonces, yo tengo los siguientes países de Europa: Francia, Inglaterra, Holanda, Bélgica, Alemania, Suiza, Italia, Suecia, Austria, Dinamarca, Noruega, Finlandia; total, Europa.

Como ustedes han visto, me he olvidado de España, porque España, en el consumo del aguacate, no figura casi, no figura con nosotros porque no exportamos a España, ¿no?, pero cuando vamos a hablar de todo el asunto tiene que figurar definitivamente; por eso yo agregué después del total una fila que es España con 33 millones de habitantes; después tengo otra fila que dice: España más turistas, que son 70 millones.

Quisiera también quitar del cuadro a Italia, porque me echa a perder la estadística (risas). Como ellos comen 4 gramos per cápita, y son 54,7 millones, si les meto dentro, tengo un consumo de un promedio año 78-79, de 52 gramos por toda Europa, pero si dejo fuera a Italia, tiene Europa un consumo de 120 gramos por persona en el año 1978-79.

Ahora algunos números más: Francia consumió en el año 78-79 385 gramos en total. De esto, el consumo en París era de 766 gramos, el con-

sumo en las provincias, 200; tomando en cuenta para todos estos países que he mencionado, el increment o anual de la población, que, por ejemplo, en Francia es del 0,36%, y la más grande es en Holanda, que es del 0,77%, hemos hecho un trabajo que más o menos dice lo que han consumido en el 78-79, el 81-82, que es la campaña del año pasado, lo que es estimado que van a tener que comer de nuestros aguacates, teniendo 50.000 Tm. para este año 82-83, y lo que van a tener que comer, en mi opinión, en el 84-85 y en el 88-89.

Los números son estos, sin Italia; el consumo del 81-82 en referencia al 78-79, ya ha subido de 52 gramos a 108. Este año van a ser 158 gramos; en el 84-85 vamos a tener que comer 200 gramos en toda Europa, aunque no lo veo muy fácil, lo veo posible. Lo que menos veo posible es que en el 88-89 cada europeo, y los europeos serán 285 millones (esto ya incluye Italia, sin España) van a tener que comer cerca de 400 gramos por persona. Teniendo en cuenta que Israel sólo en este año va a exportar alrededor de 116.000 Tm.

Yo no tengo ninguna duda; ya sé que es muy difícil convencer a un agricultor que tiene una plantación de aguacates, de hacer algo que no lo va a sentir en su bolsillo; así es que si no van a pagar para el Bacon la mitad que para el Fuerte, nadie lo va a quitar, seguro. Así es en todo el mundo y más todavía en Israel; porque como ustedes saben, nunca hay un profeta en su propio país; en Israel todavía menos que acá, pero todos lo vamos a aprender en el bolsillo. Mi kibutz tiene una plantación hoy en día de 60 Has. de aguacates y cada baja de precios la siento yo como ustedes, y espero que no llegue un momento de catástrofe, como les he dicho antes, en que no vamos a poder vender a ningún precio, porque no va a haber los bastantes europeos que conozcan lo que es un aguacate; y, repito, no lo vamos a poder remediar nosotros solos.

Ustedes van a tener que tomar parte en hacer promoción y en tratar de enviar sus aguacates no sólo a Francia, que va a llegar a un punto de saturación, porque los franceses no se van a comer 20 Kgs. de aguacates como los mejicanos. Mucho más fácil que los españoles se coman aquí en lugar de 30 gramos un kilogramo, y si llegan aquí a un kilogramo, no van a tener ningún problema, porque no van a tener que competir con nosotros en Francia, porque el precio aquí va a ser el doble del de allá; yo no tengo ninguna duda.

Aparte, yo hablaba de Europa, pero no se tienen que olvidar que Europa es un poco más grande que Francia, Inglaterra, Alemania e Italia; está toda Europa del Este, que no consume ni un gramo de aguacate, aparte de algo que nosotros mandamos; algunas Tm. a Yugoslavia y Rumania, y no hay ninguna razón por la cual estos señores no se podrán comer aguacates. ¿Ustedes creen que en la Unión Soviética no hay bastantes políticos entre los 200 y tantos millones, que tengan más dinero que lo que tiene la gente de acá? Miren, nosotros hemos mandado nuestro representante en Finlandia tiene un hermano que es el cónsul de Finlandia en Leningrado, y él ha tomado aguacate en Leningrado, de Helsinki, nuestros; claro, que se comen una caja que no dice Israel. Pero, no hay ninguna causa para que España, que tiene relaciones con todos estos países, y ustedes les mandan naranjas y limones y otras frutas de

acá para allá, por lo menos a Alemania Oriental, Checoslovaquia y otros, ¿por qué no agregar algunas cajas de aguacates con un folleto que explique qué hay que hacer con esto para que lo empiecen a comer, porque es un mercado completamente libre?

Yo puedo firmarles ahora mismo que en los próximos diez años Israel no manda ni una caja allá; no es gran sacrificio de mi parte, porque ellos no nos quieren; y es imprescindible tratar de desarrollar este mercado, que sin la Unión Soviética son 125 millones, cuatro veces España; si estos señores se van a comer, no mucho, 30 gramos de aguacate, ustedes tienen un mercado para 8.000 Tm.; y créanme a mí, ahí el precio no va a influir; porque también hay gente allí que se puede permitir el lujo de comer este fruto y de enseñar al vecino lo que es un aguacate. Con esto yo creo que voy a tener que terminar, porque si no, no van a comer nunca.

COLOQUIO

P.—Israel estudia muchos mercados y supongo que habrá estudiado también la producción en el futuro, porque si se van a instalar de 1.000 a 1.200 Has./año, quisiéramos saber qué árboles van a instalar en estos próximos años.

R.—Bueno, esto es muy fácil. Hoy en día se planta casi el 50-65% de Hass, un 10-15% de la variedad Etinguer, que es una variedad de principios de temporada, como el Bacon de ustedes. Yo no creo, como dijo ayer Saturnino, que no es mejor que el Bacon; yo creo que es mucho mejor en gusto, pero, desde luego, es una variedad que tiene problemas, porque tiene una época de mantenerse bien sobre el árbol, de octubre a diciembre. Así que 65% de la Hass, digamos un 10-15% de Etinguer, 20% de Fuerte y he llegado al 100%; ahora se planta algo de la variedad Reed, que puede ser del 5 al 10%, que lo bajan del Hass.

P.—En Méjico se comen 25 Kg.; sin embargo, hemos hablado de 400.000 Tm. y 70-80 millones de habitantes. ¿Hay algún error o es que yo no hago bien las cuentas?, pues me salen unos 6 Kg.

R.—Bueno, la razón de esto, y yo lo he visto también, viene de cuando la FAO habla de la producción de los países de Centro y Sur de América, los números son inexactos; pero ustedes tienen que saber que hay una producción enorme en Méjico de aguacates en el campo, que ellos mismos se los comen. Si un señor tiene una plantación y se la come con los vecinos, esto no figura en ninguna estadística; en las estadísticas figuran las cantidades que llegan al mercado. A lo mejor la estadística oficial de los mercados habla de 6-7 Kg., pero yo estimo que el consumo actual, tomando en cuenta todos los aguacates y todos los mejicanos, seguro que más de 20 Kg., pero queda abierto el asunto. No más otra pequeña cosa en relación a esto, es que en California se comen 1,25 Kg. per cápita, y ustedes tienen que tomar en cuenta que en California viven un millón de mejicanos, y no se sabe cuántos de este 1,25 kilogramos se comen los mejicanos y los californianos; pero el consumo más grande del mundo, de estadística probada, que es muy fácil hacer la cuenta, excepto Méjico, es en Israel. Yo estoy dispuesto a escuchar de cualquiera de ustedes cuánto piensan que consumimos este año en Israel de aguacates per cápita: 3 Kgs. es casi exacto; porque Israel tiene una

población de 3,5 millones y este año vamos a vender en Israel 10.000 toneladas métricas de aguacates, y no puede existir un país productor de aguacates que no los coman, y esto se lo digo a ustedes.

P.—¿Qué piensa de la repercusión que puede tener en el mercado europeo la posible entrada de España en el Mercado Común, de cara a ganar mercados de los que ustedes tienen ahora mismo?

R.—Bueno, es difícil de adivinar; parece seguro que van a entrar después de unos años, porque esto no es una cosa de mañana. Ustedes saben muy bien que los que no quieren son, en primer lugar, los franceses y no nosotros, aunque nosotros tampoco; no les voy a decir que nos agrada mucho, ¿no? No tanto en aguacates como en otras cosas, pero los que no quieren son los franceses; pero digamos que van a entrar en el Mercado Común, un año antes, un año después. Después de unos años lo que va a pasar es que no le van a cobrar cuotas a sus aguacates; mucho dudo que el Mercado Común, tomando aún en cuenta a España, nos va a subir a nosotros la cuota de aduana, que está más baja en el acuerdo, y no creo que vayan a subir; porque, al fin y al cabo, quieren comer aguacate, y aún en otros 4 ó 5 años todavía vamos a tener el 76% anual o el 85% de todo el aguacate en Europa durante nuestra temporada. Como ustedes lo sabrán, ustedes están plantando, hay incremento en España, hay incremento en Israel, pero siguen siendo el 8 ó 10%, algo así.

Quizás del precio que ustedes van a recibir van a pagar un 1, 2 ó 3% menos de aduana, que, hoy en día, para Israel es bastante pequeño; los americanos pagan un 8%. Quizás ustedes pagan el 4%; no lo van a pagar después cuando estén en la CEE, y van a recibir el 4% más para la fruta; así que mucha diferencia no va a tener en cuestiones de aguacates; yo no hablo de otros productos, que sí puede ser bastante malo para nosotros.

P.—Señor Shachar, usted ha citado una serie de cifras de producción. ¿Estas son referentes únicamente a lo que comercializa Agresco o son números totales de la producción de Israel?

R.—Es producción total de Israel. Tenemos una compañía privada, única, que exporta, más o menos, el 14% de la fruta que tiene la marca "Holyland"; Agresco tiene la marca "Carmel"; pero los números que yo he dado son Israel total incluyendo "Holyland", y ya os puedo decir que parece que desde la campaña siguiente, o sea, la del 83-84, ya va a haber un organismo que va a vender las dos marcas.

P.—¿Se podría saber, aproximadamente, qué precio/Kg. le queda al productor este año en Israel?

R.—115 pesetas-Kg., más o menos. Yo les voy a decir por qué puede ser. Porque nos subvencionan el cambio del dinero; no nos influye la bajada del franco francés, sobre esto tenemos un seguro.

P.—No puede ser, ¿si vendieron a 130 pesetas, cómo les quedan 115?

R.—Perdón, usted se equivoca. Yo le he dicho que la semana pasada se vendieron en 29,70 francos el cartón. Pero esto es una semana. Este no es el precio de toda la temporada. Nosotros vendimos en 40 francos en noviembre y en octubre.

P.—¿El precio medio de la temporada se puede subir?

R.—Sí, al acabar la temporada.

P.—El aguacate en el futuro, en lo que respecta a la comercialización, se ve un poco oscuro, ¿por qué se siguen incrementando de esta manera las producciones en Israel?

R.—Hay dos causas: Una, que los viveristas quieren vender muchas plantas (muchas risas, porque el que pregunta es viverista). Otra, la mera verdad, que la agricultura de Israel, y con la situación que existe en Europa sobre los agrios, no tanto por culpa de ustedes, que la competencia es mucho más grande con nosotros que en aguacates, sino por culpa de los brasileños, que están haciendo un gran "dumping" de concentrados de cítricos y de otras cosas en Europa, y todo el mundo está mandando cítricos. La situación de la agricultura en Israel es tan mala, que todavía hoy en día el aguacate es la mejor cosa por lo pronto. Aparte, que, desde luego, lo que influye es el rendimiento que hay por hectárea. Es una gran diferencia entre tener 8 Tm./Ha. y tener 15 Tm./Ha.

P.—¿Qué política de publicidad o de promoción han mantenido en Israel para conseguir que el consumo per cápita sea actualmente de tres kilogramos? ¿Qué es lo que han hecho, puesto que sabemos que en Europa sí han desplegado una campaña publicitaria, sí han desplegado una serie de promociones a todos los niveles y habrán conseguido sus objetivos, pero concretamente en Israel, han hecho algo, o ha venido por milagro, de modo espontáneo?

R.—Claro que no ha venido fácil, y ha causado una bajada de precio en Israel bastante fuerte. Y hemos hecho una promoción enorme tanto en Israel como en Europa. Nos cuesta un poco menos porque, bueno, no quiero hablar de agencias publicitarias en Europa, pero quieren ganar muchísimo dinero y trabajar lo menos posible.

Hemos tenido en Israel, en la TV, anuncios de 30 segundos todos los días, y en Israel, que no hay TV comercial, aún tomando en cuenta esto, nos cuesta cada anuncio, más o menos, 115.000-120.000 pesetas; no hay TV comercial, pero se puede hacer propaganda en la TV muy corta sobre productos, no sobre marcas. Coma aguacates o naranjas; eso sí está permitido.

Aparte, tratamos de conseguir que todos los restaurantes y hoteles, por lo menos, los restaurantes mejores, sirvan aguacates, sea de entrada, o en ensalada, etc. Y esto es un trabajo durísimo, porque estos señores quieren también en primer lugar comprar algo para una entrada que no les cueste mucho para que ganen mucho dinero. Y, además, no quieren trabajar mucho y no quieren recibir una caja de 16 aguacates y 2 están listos para comer y 3 van a estar dentro de cuatro días y otros 4 van a estar en una semana, y el pobre lo tiene en su menú, pero nunca tiene aguacates listos para servir.

En primer lugar, maduramos aguacates, le mandamos una caja ya lista para comer, gratis, la prueba, hasta que al final los pone en su menú; después, ya tiene que pagar por ellos.

Hemos hecho este año una promoción importante con dos empacadoras; estamos preparando semanalmente 70 Tm. de aguacates, listos

para comer, unas 15 Tm. todos los días para el Ejército, que las distribuyen a todos los campos militares; y cada soldado allá, y no sólo del Ejército fijo, sino en Israel cada uno hasta los 54 años se tiene que ir un mes cada año al Ejército para entrenar, y todos éstos comen aguacates diariamente. Nos pagan 35 pesetas kilogramo, que es más o menos la caja, el transporte y el trabajo de madurarlos en las cámaras de maduración. Queda muy poco para el productor, pero esta es una propaganda de la mejor que se puede hacer; porque todos estos jóvenes de 18, 20 y 21 años, en toda su vida no habían comido aguacates, los van a comer; los que están fijos durante tres años, que tienen que estar en el Ejército, y saliendo del Ejército, los van a exigir en sus casas y los van a comprar.

En cuanto al precio al consumidor en las tiendas es de 115 pesetas, pero esto no dice mucho, porque hay que saber cuál es el sueldo promedio en Israel y cuál es el sueldo promedio en España; muy difícil de comparar, pero este es el precio que vendemos allá.

P.—Ustedes, que han hecho una gran publicidad del aguacate en Europa y se han encontrado con un fracaso en Italia, ¿a qué cree que es debido el fracaso de que en Italia no se consuma aguacate?

R.—Yo creo que la contestación de esta pregunta se dará en la mesa redonda, sobre los mercados de Italia, Alemania e Inglaterra.

P.—Nosotros estamos en pañales en relación al resto del mundo en consumir aguacate. ¿No cree usted que sería aconsejable adelantarnos a los militares y dar en los colegios a los niños aguacate para irles metiendo un sabor que casi todos los niños en España desconocen?

R.—No puede ser que en la zona productora del aguacate no coman aguacate, que el 70% del turismo de España, que es de 40 millones, y que en los restaurantes no tienen aguacate. ¿Dónde se ha escuchado una cosa así? Hay que madurarlos y hay que regalárselos, pero esto no lo van a poder hacer tan fácil, porque cada uno va a decir que se lo regale el vecino; hay que tener una organización de los productores con los mayoristas para hacer un fondo; mientras tanto, ustedes todavía están en bastante buena situación para que a cada productor le cobren 1 ó 2 pesetas de una cada de aguacates, para poder hacerlo, madurarlos y dárselos de regalo.

Yo estoy plenamente autorizado, y nosotros estamos dispuestos a proporcionarles a ustedes todo el material de propaganda que tenemos. a lo que nos cuesta a nosotros, gratis, sin que vayamos a cobrar un solo duro por esto, para ayudarles. Quizás no tendrán tanta experiencia de cómo se hacen las cosas, cómo se pueden hacer, con mucho gusto estamos dispuestos, porque nosotros creemos que no puede haber un mercado de 33 ó 34 millones de personas, que es un país latino, que tiene una manera de comer, más o menos como Francia, con 40 millones de turistas, que no comen aguacates; porque el problema lo van a tener ustedes; porque produciendo 10.000 Tm., o algún día 30 ó 40.000 Tm. de aguacates, el 20% siempre es rechazado de la exportación, y ¿qué van a hacer con este fruto si no van a tener un mercado aquí en España?

P.—Se ha hablado aquí de la no comercialización de las desfrías. Entonces resulta que usted corroboró esto, y dijo que no se deberían de

comercializar, al objeto de conseguir calidad y buena presentación. ¿En Israel se comercializan las destrías?

R.—Como ya había dicho, un aguacate, cuando el agricultor sabe su trabajo, y lo recoge del árbol cuando lo debe recoger, y lo cuida, mandándolo a la empacadora, el 86% de la fruta debe ser de una calidad de exportación, más todavía ahora, que tenemos al mismo standard europeo sobre el cual trabajamos; en otros casos, quizás más. Bueno, ustedes saben que a principios de la temporada son el 94%, pero poco más tarde este porcentaje baja, puede ser por el viento o por algo. Otro 15% de la fruta nosotros los vendemos en el mercado local en tres calidades: primera, segunda y tercera calidad. Lo que damos al Ejército a 35 pesetas es de la tercera calidad; es un aguacate muy bueno, lo único que tiene es alguna cosa antiestética en la cáscara, o que está raspado por una rama del árbol, o que se cayó o recibió un golpe; pero está perfectamente bien. Así que lo que realmente queda para tirar es, digamos, un dos por ciento, y ustedes díganme de alguna fruta que no se tire el dos por ciento; no se va a poder vender hasta el último gramo de aguacate nunca, pero es muy poco en esta fruta trabajando bien en todas las partes, desde el agricultor, empacadora y quien lo tiene que vender.

MESA REDONDA: PERSPECTIVAS DE LOS MERCADOS DE INGLATERRA, ALEMANIA E ITALIA.

MODERADOR: JESUS PEÑA URMENETA. Presidente del Consejo de Administración de Merco-Granada, Motril y Merco-Almería.

PONENTES: ENRIQUE MASIA, Mercado Alemán.

S. GELLERISCH, Mercado Alemán.

ANTONIO D'ACOSTA BACALHAU, Mercado Inglés.

MIGUEL UNTREDT, Mercado Inglés.

LORENZO MUSSO, Mercado Italiano.

MESA REDONDA: PERSPECTIVAS DE LOS MERCADOS DE
INGLATERRA, ALEMANIA E ITALIA.

MODERADOR: JESUS PERA URMENTA, Presidente del Consejo de Administración de Merco-Granada, Motel y Merco-Almería.

POENOTES: ENRIQUE MÁSIA, Mercado Alemán.
S. GELLERICH, Mercado Alemán.
ANTONIO D'ACOSTA BACALHAU, Mercado Inglés.
MIGUEL UNTEREDT, Mercado Inglés.
LORENZO MUSSO, Mercado Italiano.

MESA REDONDA: PERSPECTIVAS DE LOS MERCADOS DE INGLATERRA, ALEMANIA E ITALIA.

MODERADOR: JESUS PEÑA URMENETA.

El objeto de esta Mesa Redonda va a consistir en analizar las perspectivas de Alemania, Gran Bretaña e Italia. Yo actúo como moderador. Me llamo Jesús Peña Urmeneta, y aunque estoy aquí en calidad de presidente de los Consejos de Administración de Mercogranada - Motril y Mercoalmería, yo creo que estoy aquí porque soy uno de los pioneros de esta Semana Verde, y, sobre todo, el que quiso cambiar o, por lo menos aumentar, la misma, no sólo con una Feria, sino con contactos entre productores, vendedores y compradores; creo que esta Semana del Aguacate es un exponente claro de que era ese el camino y creo que es el camino que debe seguir en el futuro la Semana Verde.

En nombre de Alemania van a hablar los señores Masia y Gellerisch; en el de Gran Bretaña, el señor D'Acosta y don Miguel Untiedt, y en nombre de Italia, el señor Musso, que está a la derecha. Muchos de ellos o algunos de ellos son muy conocidos de todos nosotros, porque también son veteranos de la Semana Verde. Entonces yo creo que el sistema que debemos de seguir es que ellos expongan las perspectivas y la situación de su mercado y después, a continuación, haremos la rueda de preguntas que ustedes quieran hacer. Creo que esta Mesa tiene que ser muy interesante, porque, sobre todo a nivel peninsular, vamos a tratar de mercados vírgenes para nosotros, porque prácticamente no hemos actuado con ellos. Muy poco con Alemania y con los demás prácticamente cero, o sea, que ya sin más vamos a empezar a darle la palabra al representante de Alemania.

S. GELLERISCH

Damas y caballeros: Alemania tiene, aproximadamente, sesenta millones de consumidores, y consume, para darles unas cifras de referencia, 1.000.000 de toneladas de cítricos; 500.000 toneladas de plátanos. El mercado de frutas y hortalizas de Alemania —lo que pasa por los mercados— tiene una dimensión de 9.000.000 de toneladas, sin contar patatas, porque esto no es ni fruta ni verdura, es alimento básico. Entonces, de esos 9.000.000 de toneladas, consumimos el año pasado 2.700 toneladas de aguacates. Parece poco, pero vamos a analizar esta cifra. 2.700 toneladas significan, si le damos de tres a cuatro frutas el kilo, significan como 10.000.000 de frutas. Lo que significa un consumo de un aguacate por cada seis personas en Alemania, y si deducimos de eso los doscientos o trescientos aguacates que nos comemos en mi casa, hay mucho alemán que no toma un aguacate en su vida. Ahora, ¿por qué? ¿Por qué se consume tan poco aguacate en Alemania? Hay tres razones. La primera es, y me van a perdonar mi franqueza, porque no hay más aguacates..., hasta ahora. Todo el aguacate que se ha producido, sea en Israel, en España o en Africa del Sur, se ha consumido, no ha sobrado ninguno, que yo sepa. Entonces, la eterna cuestión: ¿Qué estuvo primero, la gallina o el huevo? Tenemos que preparar un mercado, teníamos que haberlo preparado, sin tener abasto o qué. Ahora que va a haber más aguacates, es seguro que vamos a encontrar las medidas y las vamos a aplicar para incrementar el consumo. Sin embargo, hay dos pegas que se oponen a

este incremento general. La primera es que entre las costumbres culinarias de Francia, Italia y Alemania, por ejemplo, hay una diferencia muy notable. El alemán normalmente no come el primer plato de entremés, el plato principal y el postre, sino que en la casa normalmente come un plato y el postre, o, a veces, una sopa, un plato y un postre. O sea, no hay esa buena costumbre de comer, como en Italia, un antipasto o entremés, donde el aguacate entraría muy bien; pero esto no tiene que ser una pega duradera, porque en Alemania el consumo de frutas es enorme, sin que el alemán consuma frutas como postre, todas las naranjas, y los plátanos, las cerezas y las manzanas, no se consumen como postre, sino entre las comidas. Y esto me da cierta esperanza de que también habrá algún sitio para el aguacate.

En casa lo que hacemos es una cena de aguacate. Comemos uno o dos o uno y medio por cabeza, bien sazonado, y es una cena entera. La otra pega es, me parece, un poco más grave; ayer se habló de dos tipos de madurez. La primera es la madurez fisiológica, que se determina bien, es el grado de madurez que permite la recogida. La segunda madurez es para nosotros mucho más importante, que es la madurez organoeléctrica o gustativa, que es el momento en el cual la fruta está en su apogeo de aroma, de consistencia, de textura de pulpa, está listo para ser comido, y entre estas dos madureces hay un camino que me parece bien áspero, bien duro. Nos llega el aguacate duro, fisiológicamente maduro, pero duro. Entonces el comercio alemán lo que hace es exponerlo a la venta y la pobre mujer que compra este aguacate y no sabe cómo tratarlo, se va a morir de asco al momento de comerlo.

Yo temo que los comerciantes hemos de tomar medidas para madurar el aguacate. El aguacate se parece en varios aspectos al plátano. Son dos frutas muy acentuadamente climatéricas, lo que significa que se necesita toda esta serie de procesos bioquímicos que hacen de un producto, digamos fisiológicamente maduro, pero no comestible, una fruta bien comestible; por lo tanto, me parece que tenemos que madurar el aguacate tal como lo hacemos desde hace muchos años con el banano. Porque a nadie se le ocurrirá ofrecer un banano verde, crudo y maduro, y el caso del aguacate es igual, con una diferencia, que el banano se vuelve de verde en amarillo cuando está maduro y el aguacate no. O sea, que sería más difícil distinguir un aguacate maduro de uno que no lo está, pero me parece a mí que dándole una maduración con cierta temperatura, con ciertas partes por millón de etileno, se debiera conseguir una maduración igual y se debiera poder actuar tal como lo hacemos desde hace muchos años con el banano: maduramos tal cantidad para tal cliente en tal ciudad; y con el aguacate, hasta ahora, no nos hemos roto la cabeza por ello, porque todavía es un artículo bien marginal, 2.700 toneladas contra 500.000 ó 600.000; pero yo estoy seguro de que a medida que vaya aumentando la producción, también va a aumentar el esmero, la atención que se le dedica a este fruto y solamente con eso me parece que vamos a poder aumentar el consumo. Porque el aguacate duro es algo asqueroso. Mientras que el aguacate maduro..., orgánicamente maduro, es una delicia. Esto, por el momento, creo que es todo. Gracias por su atención.

MODERADOR

Muchas gracias, señor Gellerisch. Y ahora vamos a pasar ya a exponer el punto de vista de los representantes de la Gran Bretaña. El señor

ANTONIO D'ACOSTA

Buenas tardes. Empiezo a hablar un poco de la costumbre inglesa de consumir el aguacate. La mayoría de la gente, al revés de Alemania, utiliza mucho el aguacate como entremés. Suelen comérselo con salsas, con gambas, no un poco como hemos escuchado aquí con el jamón, que tiran el aguacate y se comen el jamón. Allí se lo comen con las gambas, con el aguacate y todo.

Después de Francia, el mercado británico es, en estos momentos, el segundo más importante de Europa para el aguacate, y, desde mi punto de vista, el de porvenir más inmediato, con aumento del orden del cien por cien en la presente campaña. Hasta enero de esta temporada ya se habían sobrepasado las 2.000 toneladas, o sea, más del doble de lo que se había hecho en la misma fecha del año anterior. Esto es debido a una baja de precios al consumidor por parte de Israel y gracias a una campaña de publicidad y promoción extraordinaria hecha por Agresco. España, durante la pasada campaña, me refiero de octubre del 81 a abril del 82, envió al mercado inglés nada más que 400 toneladas, o sea, el 7,9% de las 5.600 toneladas importadas hasta esta fecha. La mayoría de estos envíos fueron de Canarias (99%) y el 1% de la península. Señores, estamos en la mayor zona de producción de España, tenéis que organizar y crear poder de oferta si queréis ser representativos en el mercado inglés. Enviando 4,4 toneladas de vuestras exportaciones a Inglaterra es realmente una participación muy pobre y descorazonadora, si tenemos en cuenta que en este caso particular ya llevamos insistiendo desde 1979, en la última Semana Verde.

Hablando de este tema, y apuntando el camino que, a nuestro entender, había que seguir y no se han visto resultados prácticos, hay, repito, una gran potencialidad en el mercado inglés para el aguacate. Voy quizás a repetir un poco de lo que ya escuchásteis del señor Shachar esta mañana, pero me gustaría referir que Israel tiene previsto que Inglaterra termine esta campaña absorbiendo el 15% del total de sus exportaciones, o sea, una cantidad alrededor de las 7.000 toneladas, quedando con estas cantidades Inglaterra en el segundo mayor mercado consumidor, después de Francia, que, como escuchásteis, sigue absorbiendo el 70% de las exportaciones de Israel.

Creo que no está de más referir la experiencia de Israel, a quien debemos indudablemente la existencia de un mercado para aguacate en Europa, y la debemos analizar y aprovechar como ejemplo muy válido. En Inglaterra, por ejemplo, adoptaron una estrategia de introducir en el mercado un aguacate a nivel de consumo de élite y en clases de consumo muy sofisticado, la cual les proporcionaba unos resultados muy buenos mientras su producción no era muy abundante. Ahora que su producción está aumentando rápidamente, están cambiando la imagen inicial del producto, promoverlo en consumo de masas y proporcionando esta campaña que el público compre aguacates a precios medios, hasta ahora de 25 a 30 peniques la pieza, o sea, algo como 50 a 60 peniques el aguacate, esto, claro, depende también de los calibres. Con la inflación y las oscilaciones de cambio, el producto israelí está obteniendo, según los números que han corrido, en octubre y noviembre de esta campaña, alrededor de 1.000 dólares por tonelada, mientras el año pasa-

do cobraba en la misma fecha 1.600 dólares. Están trabajando este año con su pequeño margen de beneficios, sacrificando éstos en provecho del aumento de ventas, haciendo una inversión para el futuro para, llegado el momento que España les haga fuerte competencia, ellos tendrán sus clientes y España tendrá que buscar sus compradores.

Es muy importante y urgente que España invierta ya sin demoras; caso contrario, será demasiado tarde. Israel tiene previsto, por ejemplo, alcanzar un volumen de ventas del orden de los 100 millones de libras para su aguacate. Esta campaña para la exportación de 45.000 toneladas que tiene previsto para Europa tiene un presupuesto de cerca de 1.000.000 de libras, o sea, 5 pesetas por kilo exportado, para promoción de sus ventas.

Yo creo que aquí tenemos que arreglar bien nuestra casa, con la entrada en vigor de lo que se habló ayer por la mañana, o sea, de los calendarios de recolección, de las normas de calidad y de la creación de una entidad representativa del sector, si quiere realmente competir en la participación de esta potencialidad de mercado que se prevé y para que la fruta que quedase fuera por vender no tenga que ser la fruta española.

Hay fuertes posibilidades de trabajo en el mercado inglés. Canarias lo está demostrando aprovechando el transporte de otros productos de sus islas para colocarse en Inglaterra. También de las provincias andaluzas se está exportando durante la campaña del aguacate cantidades enormes de productos a Inglaterra y a toda Europa, que podrían ser aprovechadas para enviar vuestros aguacates, mientras no aumente vuestro volumen para envíos completos.

Ahora bien, a pesar de ser el aguacate un producto conocido en Inglaterra, la fruta española, y en particular la de la península, no es conocida del público en general. Se desconoce que en España también existe producción de aguacates igual que para las naranjas, melones, cebollas..., que tanto aprecian. Hace pensar cuanto antes en la promoción de vuestro producto y no ir en la cola de lo que hace Israel. Habrá que ser más agresivos para conseguir conquistar los mercados. Mientras no intentéis hacer esto será difícil que la demanda para vuestra fruta aumente. En una palabra, yo creo que habrá que invertir cuanto antes en el aguacate si a la larga queremos sacarle provecho.

El concepto de que tenéis una gran calidad en vuestros productos no es suficiente para vender. Yo creo que tendréis que atraer al consumidor a vuestro producto y crear una imagen para el aguacate español, para luego el consumidor elegir lo que prefiera. Habrá también, creo, que educar al consumidor en cuatro puntos que considero muy importante. El primero, la necesidad de comer el aguacate cuando está maduro. Israel ha adoptado, y creo que ha obtenido resultados magníficos, haciendo una selección del producto por madurez en origen y colocándoles unas etiquetas como por aquí le colocáis, por ejemplo, la de la marca, diciendo que el aguacate está "listo para comer" y se vende una cantidad enorme de fruta en estas condiciones. Segundo, está en las diferencias de las distintas variedades, que hay que educar a la gente para que conozca lo que es Fuerte o Naval o lo que sea. Tercero, las varias aplicaciones que pueden tener, y cuarto, los beneficios que puede aportar para la salud el consumo de aguacate.

Yo creo que la presencia continua de los varios comerciantes extranjeros en esta Semana Verde, en particular en esta del aguacate, que veo alrededor de los presentes bastantes compañeros de trabajo de Inglaterra, demuestra que tenemos interés y sabemos que hay potencialidad en este producto. Lo que no tenemos hasta ahora, y esperamos que esto ocurra lo más rápido posible, es un poder de oferta que nos permita concertar los clientes, asegurarnos una continuidad, asegurarnos una calidad y así poder llevar el negocio para adelante. Mientras no se consiga esto aquí y nos dé garantías a nosotros como importadores, es como si estuviera lloviendo en el mar, no va a hacer ningún beneficio.

Y esto es todo, por el momento.

MODERADOR

Muchas gracias, Da Costa, por tus palabras tan realistas, que aquí, a lo mejor, nos pueden hacer algo de daño, pero que ojalá nos hagan reaccionar, y ahora tiene la palabra el señor Muti, también de la Gran Bretaña.

M. MUTI

Buenas tardes. Creo que la preocupación que existe en esta zona vale también para los demás países productores de aguacate. Y es el futuro que tenemos, que el señor de Israel, con números, tanto nos ha mostrado.

Yo pienso que el aguacate es una fruta que se ha desarrollado en muy poco tiempo y ha tenido auges muy grandes. Y veo que el gusto de los consumidores va cambiando. La gente quiere cosas nuevas, está cansada de comer siempre lo mismo; sin embargo, lo que nos atrae aquí más bien es el problema de España, no el problema casi general que existe en la venta o en el consumo. En mi opinión, España tiene geográficamente una situación ideal para la producción del aguacate. Por dos razones: primero, por un clima que es bueno, francamente bueno para esto, tanto el de esta zona como el de Canarias, y segundo, por su proximidad a los mercados. En España existe la posibilidad de recoger el aguacate en su punto, en el momento óptimo, y en un plazo de veinticuatro horas ponerlo en el mercado francés. Esa es una ventaja que no la tiene nadie, de momento. La calidad que se produce en España, a la llegada se ha comprobado que es muy buena, precisamente por el tiempo corto de enfriación o de conservación que ha llevado el producto. En productos de otros países, como, por ejemplo, Centroamérica y Estados Unidos, el problema es mucho más complejo. Los contenedores tardan dos o tres semanas en llegar, muchos contenedores llegan en malas condiciones por problemas de carga, descarga, transporte, etc. En Israel también, pues no cabe duda de que no están al lado del mercado, y también tienen ciertas dificultades. La fruta tiene que ir a Marsella, desde Marsella tiene que ir a Inglaterra, aunque la vendan allí un poco más barata, pero tienen que llevarla a Inglaterra, pagar un transporte terrestre, usar el Canal, volverla a descargar; en fin, tiene muchos más gastos.

Es fundamental para el productor que reciba un precio remunerador por sus productos. Hoy en día el producto casi es lo que menos vale,

quitando el aguacate, en este caso, de momento; pero llegará el momento que los gastos desde la recolección hasta el final serán muy superiores al precio de la fruta en sí. Entonces, dentro de, probablemente, cinco años, cuando lleguemos a las fechas que nos han anunciado de cientos de miles de toneladas o cantidades muy importantes, yo creo que este va a ser un producto de consumo de masas. Y habrá que pensar en producir barato para poder ofrecer a un precio razonable y que el producto sea asequible a todos los consumidores. De momento vamos a defender que el producto reciba un precio alto, para de esta forma ir amortizando las plantaciones que se están haciendo, y cuando llegue el momento de tener que vender más barato poderlo hacer sin tener en cuenta unas amortizaciones muy fuertes.

En lo que se refiere a la calidad, que yo creo y considero que debe ser muy importante, me parece que España tiene hoy en día una situación privilegiada, precisamente por el momento del corte. El mercado inglés toma sus productos de Canarias porque a Canarias le es más fácil llegar al mercado inglés en un corto período de transporte, aunque el costo sería igual, digamos, a Inglaterra que al continente; es el sitio donde las demás zonas productoras llegan con mayor costo de transporte. Ese es el motivo probablemente fundamental de que Canarias vaya al mercado inglés.

En el aspecto de comercialización hay muchas dificultades; sobre todo vemos que las cantidades que se exportan en estos momentos a los países fuera de Francia son muy pequeñas. Entonces, al recibir estas pequeñas cantidades hay una gran diferencia, una gran variedad de calibres, de variedades, en un mismo palet, incluso. Es muy difícil comercializar de esa forma. Ese producto se puede comercializar solamente a través del mercado de mayoristas, donde se vende una a una la caja. Los grandes compradores, que hoy en día son los grandes consumidores de Israel, no pueden comprar así, porque los precios se basan en piezas, en número de piezas, y no se basan en precios por caja. La pieza vale, como Toni bien dijo, 25 centavos o 30 peniques. El aguacate se vende por piezas.

Israel este año ha hecho una gran promoción con el aguacate pequeño, que aquí se ha considerado, en estas reuniones, como destrío. El aguacate pequeño se envía desde Israel en envases grandes, de peso de diez kilos, y entonces se ofrece a unos precios relativamente baratos como introducción probablemente al mercado y también para darle una salida a un producto porque hay muchas variedades en las que las frutas pequeñas abundan. Creo que en nuestra normativa la exportación de los calibres pequeños está prohibida, quizás un poco duramente, si el mercado interior no los absorbe, puesto que también son aguacates que se pueden vender y que no tienen motivos. Además que yo creo que España, de momento, no va a regular el mercado de aguacates en Europa, creo que tardaremos unos años más.

La conclusión que yo saco para España en el futuro es que habría que aumentar las plantaciones para tener un volumen suficiente de exportación, para poder competir. Hoy en día se han creado unas marcas que es lo que a Israel le ha dado el éxito. La marca Carmel, Hollyland... Sudáfrica tiene sus marcas y todas las productoras tienen sus marcas.

España tiene la marca "España", que en aguacate quizás no se usa; pero una comercialización difícil, puesto que ni siquiera se ha hecho ninguna promoción del aguacate, que yo sepa, fuera del país. El Ministerio de Comercio tiene un fondo, según tengo entendido, creo que no estoy equivocado, que se puede solicitar por las agrupaciones para hacer una promoción en el extranjero, y es un fondo que no cuesta dinero al agricultor, sino que está puesto a su disposición por el Gobierno. En ocasiones anteriores sé que se ha usado y creo que la naranja será probablemente para todos los productos. El señor Cortés sabe más de ese tema que yo. En fin, que es muy interesante cuando se pretende conseguir un mercado, hacer una promoción realmente buena sobre el producto que se va a ofrecer.

Hay otro pequeño tema que es —fue tocado ya esta mañana por uno de los señores— sobre qué pasará cuando España entre en el Mercado Común. Yo tenía puesta aquí inminente la entrada de España en el Mercado Común, creo que hay más de uno aquí que lo duda. Pero no cabe duda de que en el aguacate tendrá unas consecuencias probablemente beneficiosas para España. Y no estoy hablando ahora del 4% de Aduana que pagamos nosotros, comparado con el 1,6% que paga Israel con el acuerdo preferencial que tiene con el Mercado Común, o países que no pagan Aduana, como son los del "Arusa Agreement", Kenia y otros que no pagan nada. Que tampoco son gran competencia para nosotros. La repercusión que puede tener la entrada de España en el Mercado Común, a mi forma de ver las cosas, sería que el arancel bajaría, probablemente a la larga este 4% desaparecería o se reduciría paulatinamente. Pero, claro, varios países del Mercado Común nos han acostumbrado a que hay que vender a un mínimo, porque, por ejemplo, en pepinos y en tomates, si no llegamos a los precios de referencia, señores, hay que pagar tasas compensatorias, porque se producen dentro del Mercado Común. Yo pienso que si España está dentro del Mercado Común, quizás pueda pasar lo mismo; en fin, no quiero decir con esto que Israel dejara de exportar aguacates al Mercado Común, ni muchísimo menos, sino que sería una forma de mantener un nivel de precios que es lo mismo que pretenden ellos en estos momentos con tomates y con pepinos. Quizás hubiera que tirar algunas partidas de aguacates, o suprimir algunos calibres, en fin, pero quizás a la larga incluso Israel ganara más dinero, si sucediera esto. Eso es de momento lo que yo veo que pudiera suceder; por supuesto, no a corto plazo, si España entrara en el Mercado Común.

En fin, de momento, creo que esto es todo. Estamos a su disposición por si tienen algunas preguntas.

MODERADOR

El señor Muso va a exponer la perspectiva de la situación en su país.

LORENZO MUSO

Yo he recogido también algunos datos de las importaciones que han tenido lugar en la temporada del aguacate para evidenciar más aún la situación del mercado italiano. Me faltan los datos de octubre hasta el 13 de diciembre. De todos modos, en Italia el comercio mayor del aguacate

cate se realiza aproximadamente del mes de noviembre hasta abril, con las máximas en las semanas de final de año o de Pascua. En el período del 13 de diciembre de 1982 al 28 de marzo de 1983, hace dos semanas, se han importado en Italia 2.235 quintales de aguacates, con una media aproximada de 186 quintales por semana. Si se calcula una media de ocho meses en total, desde octubre hasta abril, podemos ver que el total de la importación es como máximo de 550 Tm. a 600 Tm. Se ha calculado sobre una población activa de unos 50 millones de habitantes, tenemos un consumo ridículo, como ha dicho esta mañana el señor Shachar. Esta es la situación del mercado en Italia. Pero aunque en este momento las cosas sean así, pienso que no debemos ser pesimistas, pienso incluso que para el aguacate español es bueno poder entrar en su mercado virgen que tiene, prácticamente, todas las posibilidades de desarrollarse. Las ventajas son, en primer lugar, la competitividad, teniendo en cuenta que casi todo el aguacate que actualmente importamos es de Israel, a través de Marsella, el aguacate español puede disfrutar de un transporte de coste mucho más bajo, directamente transportado por tierra. En segundo lugar, puede gozar también de una velocidad de distribución mayor, porque puede seguir las necesidades reales del mercado, según encuesta de varios importadores, y arriesgando por tanto menos, y aprovechando el transporte conjunto con otros productos que salen también de esta zona.

Todo esto supone, pues, una ventaja. Y, además, si tenemos en cuenta la próxima entrada de España en el Mercado Común, su situación será aún más ventajosa, pues ahora hay que pagar aduana para entrar, que desde ese momento no tendrá que pagarla.

Otra cuestión, en mi opinión, es lo que tendrán que hacer ustedes para conquistar el mercado italiano, y no pienso que sea difícil, pues el consumidor italiano suele dejarse influir bastante fácilmente si se hace una buena propaganda e insistente, tanto en períodos de gran difusión, como en televisión, creando un fondo para estos gastos.

En resumen, yo creo que si ustedes se organizan, y bajo una sola marca o varias, pero con cartones siempre de iguales dimensiones, mismo color, etc., de modo que el consumidor, ayudado por una publicidad, repito, pueda identificar fácilmente los aguacates españoles, creo que obtendrán muy buenos resultados en Italia, que es un mercado virgen en estos momentos para el aguacate. Yo soy muy optimista.

MODERADOR

Muchas gracias, señor Muso.

Creo que por parte de Alemania sería muy interesante que se nos completara un poco la magnífica exposición del Sr. Gellerich, por las posibilidades de dicho mercado, que podría concretar un poco el señor Maciá, si le parece bien.

ENRIQUE MACIÁ

Señores: Me llamo Enrique Maciá; creo que de una gran parte de ustedes soy conocido, por nombre, por vista y por contacto comercial o por contacto amigable. La exposición de mi colega señor Guilerit creo que ha sido fantástica; es un gran conocedor del aguacate, pero él, quizás de

común acuerdo conmigo, no ha querido cansarles con cifras y con estadísticas, que creo que en este Seminario ha habido muchas cifras, pero pienso que bajo el tema de esta Mesa Redonda ha quedado el mercado alemán un poquitín cojo. Por eso yo, abusando del tiempo, porque pienso que el diálogo puede ser más interesante que nuestra exposición, me he permitido alterar el orden y tomar la palabra de nuevo. Voy a ser muy breve.

Para que se den cuenta de las posibilidades del mercado alemán, tema de esta Mesa Redonda, le diré tres cifras: 1974, consumo total del aguacate en Alemania, 1.025 toneladas; 1982, 2.700 toneladas, y en lo que va de año calculamos 4.000 toneladas. Motivos, uno fundamental: que el precio es más barato. Tenemos que agradecer la gran promoción de Israel, que favorecerá a todo el aguacate. Después aquí también se ha hablado de cifras, hay un temor de cifras. Señores, yo me remito a mi corta exposición de ayer. No sobra aguacate, pienso que, de momento, falta aguacate, y si sobra, que no sobre el nuestro. Misión nuestra, de ustedes, de nosotros comercializadores, de que si sobra, que sobre otro. Estamos en Europa, vamos a ser parte de la Comunidad, dentro de poco, todo relativo, entonces es misión de ustedes produciéndolo, preparándolo, y misión nuestra, comercializándolo. De que sobre, en caso de que sobre, que sobre el de otro. Vamos a aprovechar la misión, el trabajo hecho, por nuestros colegas. Y yo me remito a la frase de un gran hispanista español que fue slogan del turismo español: "España es diferente. Muchas gracias.

MODERADOR

El señor Guellerisch parece que quiere hacer una puntualización.

S. GELLERISCH

Quisiera agregar dos cifras más, dos ejemplos. El mercado alemán en el año 60 importó como 600 toneladas de melones. Hoy día, 120.000 toneladas. En el 60, Alemania casi no consumía pimientos, pimentones. Consumía 1.000 toneladas..., 1.100 toneladas, quizás. Ahora son 140.000 toneladas. Y ese aumento se obtuvo sin el soporte publicitario y promocional de los exportadores, que casi no había, y esto nos da cierta esperanza también para el aguacate.

MODERADOR

Muchas gracias por estas magníficas exposiciones de Alemania, Gran Bretaña e Italia, y ahora creo que entra el momento interesante de las preguntas y las correspondientes respuestas. Yo quisiera que los que quieran hablar levanten la mano y se identifiquen.

GABRIEL CUEVAS

Soy Gabriel Cuevas, de Málaga, agricultor. Quisiera dar una opinión, quizás un poco más fría que la que puedan dar muchos de los asistentes, puesto que soy agricultor, con una plantación de nueva implantación, o sea, que no está en producción todavía, y puedo ver más fríamente, puesto que todavía no me toca en el bolsillo las opiniones, como les toca a la mayoría de los señores que están aquí.

Entonces yo procedo del sector comercial, o sea, que entro ahora en el sector agrícola, no conozco bien la comercialización del aguacate,

pero, sin embargo, conozco la comercialización de otros muchos productos y problemas de competencia de mercado mucho más ambiguo y que han estado sometidos a presiones comerciales mucho más fuertes que la que ahora mismo pueda haber en el aguacate.

Yo he sacado en conclusión, después de las exposiciones de los señores Shachar y Calatrava, que creo que son definitivas y fiables, y de la opinión de otros señores que dominan el mercado europeo, los importadores alemanes y demás, que la solución para poder continuar en el mercado, y en un mercado en expansión, del aguacate español, sería una fuerte reducción en los precios, puesto que sería la única forma de frenar a la competencia israelí, que nos puede barrer por otros motivos, pero no en los de precios, que le ganamos en el costo de transportes, de fletes y en otras incidencias en que ellos no pueden llegar a nosotros. Sería muy impopular, desde luego, pero sería la forma de asegurarnos un mercado, dejando un margen lógico de beneficios, por supuesto, porque nadie va a trabajar sin beneficios, pero con un margen seguro para mucho tiempo, no pensando en que sea negocio hoy y mañana haya que arrancar los árboles. Esa es mi opinión.

MODERADOR

Muchas gracias. Perdón... el señor Shachar...

ZWI SHACHAR

Bueno, primero, me alegro mucho de poder encontrarme con los representantes del comercio europeo, porque cuando vienen a Israel nunca se puede hablar con ellos en hebreo. Aquí, por lo menos, todos nos entendemos y todos hablan español. Cuando voy allá hay que hablar cinco idiomas para hablar con ellos; ya no hablo de Dinamarca o Finlandia; inclusive el señor de Italia, cuando voy allá, nunca entiendo una palabra de lo que me hablan, y hoy en día lo entendí muy bien. (Risas entre el público.)

Ahora, tengo una observación; deben saber ustedes que cuesta muchísimo más dinero recoger, cosechar aguacates, de seis metros de altura del árbol, en comparación con lo que cuesta recoger naranjas, que se recogen a un máximo de tres o cuatro metros de altura. Y ustedes todavía no lo saben hoy, porque no tienen plantaciones de veinte años, pero ustedes tienen que saber que es un problema enorme y que cortamos los árboles cada tres años, en la parte alta, para que sean de tres metros y no doce o quince metros.

Referente a la fruta pequeña, la fruta pequeña la mandamos porque es una promoción enorme para el aguacate. Y nadie aquí me va a decir que un fruto de Hass, de un tamaño de 180 gramos en marzo, no tiene el mismo buen sabor que tiene uno de 250 gramos. Pero tengan en cuenta que mandando, por ejemplo, nosotros, de 150 gramos en lugar de 300, por el mismo precio de la caja, come aguacate el doble de gente.

Ahora el señor Gellerich, yo lo que quiero es agradecer sus palabras muchísimo; porque él cada cosa que ha dicho, excepto una, que se la voy a discutir, es completamente lo que hay que hacer; tiene razón totalmente, cómo no se vende un plátano verde, en el futuro no se va a poder vender un aguacate no "listo para comer". Porque, en primer lugar,

la gente no lo conoce y nunca va a saber cuándo está a punto de comer. Ya no hablo que no lo comen todos los días en Alemania, ni en Inglaterra, ni en Italia, que lo compran por alguna ocasión del sábado o cuando invitan a alguien, y si lo compran duro yo les aseguro que nunca va a estar bien cuando lo quieran comer. O está demasiado duro o está demasiado blando. Así que, de poder ser, tienen que vender tanto en el mercado nacional como en Europa, quizás con excepción de Francia, París, que lo conocen muy bien y saben qué hacer con él, forzosamente, repito, tenemos que venderlos, ustedes y nosotros, en las tiendas, reparando una parte que diga "listo para comer" (está para hoy en la noche o para mañana), y otra parte que diga: "Cómelo cuando esté blando". Y esto lo empezó la Compañía "Mark Spencer" en Inglaterra, y, al principio, nadie lo quiere hacer, no hay ninguna duda, ni el detallista, ni los de los supermercados, porque tienen miedo que si no lo venden, se les va a echar a perder. Entonces nosotros, en un principio, lo que hemos dicho a la gente es que las primeras tres semanas, si se les echa a perder, lo cogemos de vuelta y no lo paga. Hasta que lo aprendan. Y al instante en que "Mark Spencer" empezó a vender el aguacate a punto de comer, nos vinieron corriendo todas las cadenas más importantes y todos querían los aguacates listos para comer, porque ellos decían que "Mark Spencer" vendía el 80% más desde que tenía los aguacates maduros. Esto es una cosa.

De que no hay bastante aguacate en Alemania puede ser que en alguna época, algunas semanas ha faltado aguacate. Ustedes saben que siempre pasa algo, mandamos un camión, se queda en la frontera. Falta algún papel, esto y lo otro, y no ha llegado al mercado. Pero, en general, la razón por la cual a veces en Alemania no hay bastante aguacate, por lo menos del nuestro, de los demás no sé, es porque los alemanes son muy económicos. No como en nuestro país, cuando hay inflación, cuando hay una crisis pequeña, cuando hay desempleo, la gente nuestra empieza a comprar mucho porque mañana va a ser más caro. En Alemania, cuando hay una situación crítica, económicamente se refiere, la gente empieza a ahorrar dinero en el Banco, no lo quiere gastar. Y además, quieren el aguacate muy barato. Pero, ¿qué pasa? Estamos en el Mercado Común. El día que vendamos en Alemania a un precio menor, al día siguiente, los alemanes, que son muy comerciantes, lo mandan a Francia, donde el precio es más alto. Y como cuesta mandar una caja, ya no hablo de Estrasburgo, que sólo lo tienen que pasar al otro lado de la frontera, hablo de París y Frankfurt, que allí está la oficina nuestra, y como cuesta mandar en un camión una caja de aguacates de Frankfurt a París un marco alemán, el día que vendamos el cartón dos marcos más barato, está aún París en lugar de estar en el mercado de Frankfurt. Así es que es muy difícil en estos días hacer diferencias de precios; se puede hacer un poco con Inglaterra, porque con el Canal y todo eso resulta un poco más difícil mandarlo allá, pero los alemanes y los holandeses en este aspecto, 50 centavos más baratos en Holanda, en Escandinavia, está la fruta... en Escandinavia, de Alemania a París, y todo lo demás.

En Alemania..., bueno, yo tengo una idea de cómo se pueden vender muchísimos aguacates en Alemania, muchísimos. Ustedes convencen a la compañía que produce el Mercedes, que, con cada coche que vendan le den al comprador un aguacate gratis, y no vamos bastantes agua-

cates en Israel. Ya no hablo de Volkswagen. ¡Ahora! Sobre Inglaterra la exposición era correcta, lo hemos hecho y ya lo dije en la mañana, como en Inglaterra, hay mucha más gente que conoce el aguacate que en Alemania, por la simple causa que tienen una emigración bastante grande de países donde existen aguacates: todas las colonias anteriores de Inglaterra; todos estos lo conocen, pero no tienen el dinero de pagar un precio muy alto, así que en Inglaterra esto trabaja como una computadora: Se baja el precio en 20 peniques la caja y se venden 5.000 cajas más; se baja en 30 peniques y se venden otras 3.000 más. Por esta razón, para poder mantener el precio sobre la cantidad grande en Francia, hemos hecho esto de bajar el precio en Inglaterra para poder meter otras 4.000 ó 5.000 toneladas, que, en Francia, nos hubieran bajado el precio sobre toda la cantidad que hubiéramos mandado.

Una pequeña palabra más sobre Italia. Primero, ya que estoy muy de acuerdo con lo que ha dicho Gellerisch, de Alemania, que lo conocí solamente ayer, la forma de comer en Alemania es exactamente lo que ha dicho. En Italia, hasta que no encontremos una forma de comer aguacates con pastas no vamos a vender aguacates. (Risas.) Con "lasagna" verde habrá que ingeniarse, porque las dos cosas son verdes. Pero hay que estudiar y hay que encontrar; ahora nosotros hemos hecho un trabajo bastante grande en Italia de promoción, no tanto como en Francia y en Alemania; en definitiva, por 600 toneladas hay un límite de cuánto dinero se puede uno gastar. Los restaurantes que los sirven lo hacen porque nosotros, yo creo, hemos hecho un trabajo de mandar a escuelas de cocineros, que hay muchísimas en Italia, cajas de aguacates gratis con una competición: al que sacó la mejor receta le dimos un vuelo a Israel, con una semana de pasear, etc.; esto se lo digo para hacerlo en España, que sobre el gusto y el modo de comer todavía voy a decir unas palabras; también Italia tiene un modo de comer más o menos latino, está muy bien, come muchas ensaladas..., los cocineros viejos son muy conservadores, y, desde luego, quieren trabajar lo menos posible. No sólo en Italia, sino en todo el mundo. Entonces, es muy difícil, porque para que un restaurante lo ponga en su menú, tiene que tener diariamente aguacate listo para comer, porque, si no, un día lo tiene, otro día no lo tiene y todo lo demás. Aparte, es mucho más fácil de hacer una entrada diferente. Pero teniendo estos cocineros, que estudian estas escuelas, que son jóvenes, que quieren demostrar, que ellos saben cosas nuevas, que son modernos, que no son conservadores, estos se van a trabajar a los restaurantes y van a servir el aguacate, y una persona o una pareja que lo come en un restaurante, después va a intentar si lo puede hacer también en la casa.

Ultima cosa, y lo siento decir, porque se refiere a los alemanes, y yo soy amigo de muchos y estamos allá muchas veces. Una vez conversando con un francés, yo le dije: ¿Por qué no se puede vender aguacate en Alemania? Cincuenta millones de habitantes y tienen mucho dinero; son los que más dinero tienen, lo siento decir, no lo quieren gastar, pero lo tienen. Entonces, él me dijo que los alemanes comen para vivir y nosotros vivimos para comer. Y esto ha de ser la diferencia entre los países latinos y los países nórdicos. Gracias.

MODERADOR

Después de la clarificadora conferencia paralela del señor Shachar, tiene la palabra el señor Gellerisch.

S. GELLERISCH

Gracias. Quisiera decir dos cosas solamente. Primero, en ningún momento me quejé de que no hubiera bastante aguacate. Yo dije solamente que no había necesidad de vender más, porque no había más producción. Segundo, eso del precio es muy lógico y muy humano que uno busque siempre el precio más bajo. Pero está ocurriendo una cosa en Alemania, es un secreto profesional casi, de estas 2.700 toneladas, yo estimo que una cuarta parte o una tercera parte se perdió; porque en los puestos de venta al público mucho aguacate no se vende, se pudre, lo tiran, y esto, desde luego, es la razón por la que el detallista alemán, en la actualidad, es un poco generoso con su cálculo. El aguacate se vende entre dos marcos y dos marcos cincuenta al público, y ahí, pues, hay un margen beneficiario bastante importante, justamente para cubrir las pérdidas que los detallistas saben que van a tener.

Esto no es únicamente típico del aguacate, en muchos productos exóticos ocurre lo mismo, y, lógicamente, tratan de compensarlo mediante los precios. Esto, automáticamente, desaparecerá en el momento en que el aguacate sea un artículo de venta y de consumo. O sea, no somos más tacaños ni más agarrados que otros. Gracias.

Pregunta:

ASISTENTE NO IDENTIFICADO

Mi pregunta va dirigida al señor de Alemania. ¿Usted no cree que España debería estar presente en las Ferias que ustedes tienen de alimentación, como Anuga, y la de Munich, financiado por los exportadores y por el Ministerio de Comercio, con unos grandes stands de aguacates españoles, y dar degustaciones a los alemanes, para que así los probaran gratis, y sería una manera de introducirse en Alemania? Gracias.

Los que me conocen a mí de otras Semanas saben que en 1979, y en esta Mesa, y en la parte de abajo, les hablé de la Anuga, les hablé de la Icofa y les hablé en grado menor y un poquitín simbólico de la Semana Verde de Berlín. Hoy he comentado aquí con personalidades que tienen el honor de tener aquí con ustedes, que forman parte de un Organismo nacional, que me consta que cuando haya alguien con cierta potencia que lo pida con los modelos necesarios, y me parece que ayer por la tarde se habló de ello, está dispuesto a ayudarles de todos modos, económicamente, en forma de promoción, a que estén presentes. La Anuga es en este año, si on tengo malas las fechas, creo, que es del 10 al 15 de octubre. Todavía hay tiempo. Pienso, señores, que sería una forma de hacer todo lo que aquí se ha hablado, de la promoción y demás. Una forma de empezar barata y de dar al público. De dar aguacate de la Costa del Sol a probar al público. Generalmente, la Anuga es visitada por profesionales, y se calcula que son, aproximadamente, unos dos millones. Ya no solamente para Alemania. O sea, a la Anuga acuden compradores y profesionales de todo el mundo, sería un marco maravilloso para que ustedes, y esto vale para otros productos, pudieran dar a conocer el aguacate en la Anuga y en las demás Ferias, por supuesto. O sea, que lo que aquí, el colega y el compañero, proponen, yo lo propuse aquí y en otras ocasiones ya a todos ustedes. Por tanto, me congratulo

que también esté en la mente de ustedes. Y que... ¡adelante, a hacerlo!
Muchas gracias.

Perdón: La Anuga, este año, es del 15 al 20 de octubre.

RAFAEL CORTES

Quisiera responder un poquito a eso de las Ferias. Ayer por la mañana ya dijimos que el Ministerio, y en este caso el Instituto Nacional de Fomento a la Exportación, está dispuesto a ayudar a cualquier sector que se lo pida; lo que yo tengo que saber es con quien tengo que hablar, mientras ustedes no tengan un sector que sea representativo, yo no puedo ir exportador por exportador preguntando si quiere ir a la Anuga o no. El Instituto trabaja con sectores, el Instituto, en aquellos casos en que se trata de hacer misiones de acercamiento con importadores, puede tratar a nivel individual, pero generalmente su trato es con sectores organizados. Antes se ha dicho aquí que el Ministerio de Comercio, que no es el Ministerio de Comercio, ya es el Instituto Nacional de Fomento a la Exportación, tenía un dinero a fondo perdido para ayudar a la promoción. Eso es cierto solamente en parte. El Instituto tiene un dinero a fondo perdido, evidentemente. Pero no solamente él, tiene que colaborar también el sector de que se trate. Aquí se ha hablado del sector de frutos cítricos. El sector de frutos cítricos tiene un comité de gestión para la exportación de frutos cítricos. El sector de frutos cítricos y su comité de gestión detrae no sé qué cantidad de cada caja de naranjas, para ayuda a la promoción y entonces el Instituto, evidentemente, pone lo que haga falta, pero no a fondo perdido, o sea, el Instituto ayuda, pero no sustituye al sector.

Entonces..., ahora va a haber, concretamente me parece que del 21 al 19 de mayo, está la IGA-83, en Munich, que es una Feria de Flores, va a estar de abril a octubre, pero del 21 al 29 de mayo se va a celebrar una Semana Española. En esta Semana Española, aparte de las flores, van a participar una serie de sectores; va a ser prácticamente muy barato, la ciudad de Munich, creo que pone el terreno; la Confederación Española de Horticultura, pues, es la que va a poner todos los stands. Entonces sería una aportación que sería de muy poco dinero el introducir, siquiera sea por una sola semana, otra serie de productos, pues, que yo sepa, van a ir los tomates, van a ir los limones, va a ir el aceite de oliva y, bueno..., y no van a ir los aguacates, evidentemente, porque no hay con quien hablar de los aguacates, como no hay con quien hablar de fresas... Es lo que quedamos ayer por la mañana, que si se integran en un sector organizado, entonces tendrán todo el apoyo del Ministerio, que está para apoyar y no para sustituir al sector. En conclusión, que ustedes hacen la promoción, ustedes se lo estudian, ustedes son los que tienen que pensar cuál es el mejor sistema, si Semanas Españolas, si venta de productos de venta, si misiones..., y, entonces, ustedes, que son los que se organizan el mejor sistema de promoción, el Instituto, en el caso de que aquello sea efectivamente viable, les apoyará, pero lo que jamás va a hacer será sustituirles.

ANGEL SALAZAR

Bueno, me llamo Angel Salazar y represento a una empresa exportadora de aguacate. He tenido mala suerte de salir a hablar detrás del señor Shachar por dos razones: una, por sus cualidades dialécticas, y otra,

porque parece ser que Israel, en sus promociones, lo regala todo. Yo iba a empezar a meterme un poco con la Mesa, o, por lo menos, a formularle alguna pregunta; indudablemente, en el sector exportador en España del aguacate estamos totalmente desorganizados; eso es cierto. Pero quería preguntar si en los distintos países que representáis apreciáis la importancia que va a tener para vosotros o vuestras firmas haber participado en algo en esa promoción. Claro que me han dejado un poco desarmado, porque Israel, por ejemplo, en la competencia, lo hace todo. Al parecer, ella pone el dinero, ella hace la promoción y aquí realmente, en España, empiezo por decir que no estamos organizados y que tenemos que organizarnos, pero mi pregunta inicial era esa: ¿Si realmente se puede contar en los distintos países con un sector importador que colaboraría o que estaría dispuesto a colaborar con las organizaciones que aquí formemos para organizar una promoción adecuada? Esa era mi pregunta.

ANTONIO D'ACOSTA

Yo creo que ya estamos colaborando, porque con la forma como va la promoción del aguacate, y me refiero al mercado inglés, es un esfuerzo grande el que estamos haciendo de empeñarnos invirtiendo tiempo, contactando clientes y todo eso, para promover esas pocas cantidades que hay, y le puedo asegurar que los provechos de esta comercialización son muy pequeños, y de una cierta forma estamos invirtiendo tiempo y trabajo, porque realmente vemos por detrás de eso un porvenir bastante grande y estamos aquí por eso; pero hasta ahora no ha habido un volumen de negocio, una continuidad y una ayuda de vuestra parte; más creo que no podemos hacer, tal cual como está ordenado el sector en origen.

¿Alguna pregunta más?

PEDRO LOPEZ MEDINA

Mi nombre es Pedro López Medina y soy receptor de frutas en Inglaterra, muy amigo del señor D'Acosta y de los otros compañeros. Me gustaría que el señor D'Acosta explicara a los amigos de aquí, cuál es la situación en que él se encontraría para poder introducir el aguacate español en los diferentes supermercados y diferentes mercados en Inglaterra; y si él tiene la continuidad de negocio, si él compra aguacates, cuál es la posición en que él se encuentra para poder introducir el aguacate español en Bretaña. Gracias.

ANTONIO D'ACOSTA

Pues la situación es lo más difícil que se pueda imaginar. Nosotros, prácticamente, experiencias de introducción de aguacate en los supermercados no tenemos ninguna, ya que Agresco tiene sus oficinas en Londres, y de ahí hace sus ventas directas a los supermercados. Pero este negocio, como usted bien sabe, depende de la continuidad y de la calidad del producto y... con las 4,4 toneladas que se recibieron en la última campaña de aguacate en Inglaterra, la experiencia es dura.

JOSE M.ª FARRE

Yo quisiera hacerles la pregunta sobre variedades en los mercados inglés y alemán. La pregunta es la misma. Tengo entendido que tanto Alemania como Inglaterra prefieren las variedades de piel verde. Al con-

trario que Francia, los EE. UU., en donde se prefieren las variedades Hass, por sus mejores facilidades de manejo y mejor calidad organoléptica. ¿Esto sigue siendo así, ha dado un cierto cambio en los últimos años, se prevé algún cambio o se sigue donde se estaba hace dos o tres años?

S. GELLERISCH

He de hacer constar que el mercado alemán es todavía terreno virgen. Segundo, parece que haya cierta aversión del consumidor contra la variedad Hass, únicamente a causa de la piel rugosa. ¿Pero ahí habrá que hacer cierto trabajo educacional, habrá que educar a los consumidores, y yo no creo que esto sea un problema eterno. Pero..., indudablemente, el Hass tiene mejor sabor, mejor calidad gustativa que otras variedades, y por eso no dudo que este pequeño inconveniente lo podamos vencer con el paso del tiempo.

JOSE M.ª FARRE

Bueno, el mercado de Alemania lo conozco menos. Inglaterra la conozco bastante mejor, en cuanto a ser optimista en cuanto a qué público llegue a conocer el saber del Hass, que, indiscutiblemente, vamos, creamos nosotros, que es mejor.

El mercado inglés es un mercado con el sabor del aguacate ya hace muchos años, tanto como en Francia; sin embargo, y a pesar de esto, a mí me sigue llamando la atención ver en el mes de mayo aguacates magníficos Hass, de Israel, vendiéndose bastante más baratos que los aguacates muy inferiores, fuertes, de Africa del Sur. Eso... ¿sigue siendo así? ¿Es decir, el consumidor no es capaz de notar la diferencia? ¿Hay algún optimismo para el futuro?

Yo creo que no es el consumidor el que no es capaz de aprender, sino yo creo que no somos nosotros capaces de enseñarles. En Europa, por supuesto, hablando de Inglaterra en este caso, se prefieren los aguacates de piel lisa, pero no en toda Europa es igual. Yo creo que el señor Shachar conoce mejor el tema que yo, pero, por ejemplo, en los países nórdicos, hablando de Dinamarca, Suecia..., la variedad Hass es muy apreciada y es apreciada simplemente porque se han introducido, porque se les ha enseñado a comer, no por otra cosa. La Fuerte ha ido a Inglaterra desde el principio, desde hace mucho tiempo, y entonces el público se ha acostumbrado a comerla; ahora, en estos momentos, Israel lo está haciendo muy bien, está introduciendo por campañas de TV la variedad Hass, dando a conocer a través de campañas la variedad Hass, para, precisamente, aumentar el consumo de esta variedad en los meses en los que la Fuerte no está. Y no cabe duda de que la variedad Hass tiene un gran futuro, porque también nos decía el señor de Israel que lo que se planta hoy en día en su gran mayoría es Hass, y uno de los motivos es porque es un aguacate de buena calidad, aparte de sus condiciones muy buenas para resistir el transporte; es una variedad que tiene que entrar, lo que pasa es que la gente no la conoce; nosotros no hemos sido capaces de enseñárselo, hasta el momento. Y creo que esto responde un poco la pregunta.

MODERADOR

El señor Gellerisch quiere contestar algo.

S. GELLERISCH

A mí me parece también que el ama de casa alemana tiene lo que llamamos "umbral de reparo" delante de una cosa nueva, ¿verdad? En otras palabras, está nadando, no tiene orientación y se orienta, claro, por lo que ópticamente parece más atractivo. Y es, indudablemente, el aguacate de piel lisa, menos raro, ¿no? Yo creo que es así.

MODERADOR

Gracias. ¿Alguno quiere hacer alguna pregunta más?

ASISTENTE NO IDENTIFICADO

Hablamos de diferentes variedades, hablamos de las cantidades que se consumen en los diferentes países, y vemos la necesidad que existe, pero si no hay cantidad ni continuidad en los envíos sobre los diferentes mercados, ¿cómo vamos a introducir los aguacates españoles?

ENRIQUE MACIA

Yo creo que la pregunta no va dirigida a la Mesa, va dirigida a ustedes, pienso yo, porque, aunque no soy hombre de cifras, les diré que en Alemania, hasta 1980, no se importó ningún aguacate directamente de la Costa del Sol. Y en 1980 se importaron escasamente 40 toneladas. En el año 1982, como he dicho antes, tienen ya 94 toneladas. Claro, con esto no es cuestión de introducir, no hay continuidad; señores, no hay cantidad. Es posible que vía Perpiñán o vía París, llegue alguno más. Esto, la de salidas que yo tengo, no lo significan. Entonces, la pregunta que el colega inglés ha hecho aquí, yo pienso que va más bien dirigida a ustedes.

ANGEL SALAZAR

Bueno, llevamos ya desde la península cinco campañas de exportación con cierta importancia. En ningún momento hemos intentado desde hace dos años entrar en los mercados distintos de Francia. Indudablemente, ha habido una diferencia de precios, que desde el punto de vista comercial no lo han aconsejado. Pero también es verdad que en estos cinco años que llevamos de exportación hemos ido trabajando un producto rozando muchas veces los límites económicos. O sea, al agricultor se le ha hecho una demanda tan brutal, y de una forma tan desproporcionada muchas veces, que el sector comercial ha tenido que acudir, fundamentalmente al mercado francés, que era el que más pagaba. Y la pregunta de continuidad, con relación a la conquista de nuevos mercados, todavía no se ha planteado en España; o sea, todavía no ha habido necesidad, desde el punto de vista comercial, de hacerlo. Con una indudable falta de visión de futuro, estamos de acuerdo. Esto yo creo que contesta un poco a lo que ha dicho este señor.

ZWI SHACHAR

Señores: Dos cosas pequeñas. En primer lugar, como ha dicho nuestro amigo de Italia, que quizá este país sea un mercado fantástico para el aguacate español, yo estoy dispuesto, de parte de Israel, desde el año que viene, a no gastar un centavo en promoción en Italia; ustedes lo hacen y mandan la fruta.

Segundo: En lo que se refiere a Alemania, estamos plenamente de acuerdo que desde el año que viene, o desde dentro de dos años, es cuando van a tener ustedes el volumen necesario; ustedes, en Alemania, llevan a cabo la campaña de introducir el Hass. Les va a costar mucho dinero; nos ha costado mucho dinero a nosotros en Escandinavia, a pesar de que el gusto del Hass es mejor, esto todos lo saben, y que los suecos quieren fruta pequeña, porque la unidad sale más barata.

En Alemania va a ser muy difícil y estoy dispuesto a que el costo corra de cuenta de ustedes, en lugar de a cuenta nuestra.

MODERADOR

Si no hay ninguna pregunta más, quiero terminar esta mesa redonda dando las gracias a los representantes de Alemania, Gran Bretaña e Italia por su magnífica exposición, y a todos ustedes también por la atención que han tenido y por las intervenciones tan brillantes que ha habido. Lo que sí les ruego, por favor, es que no se muevan, porque el Excelentísimo Señor Consejero de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía está allá arriba y dentro de un momento va a clausurar el acto, y así podremos hacerlo mucho más rápido. Muchas gracias.

ANGEL SALAZAR

Bueno, llevamos ya desde la península cinco campañas de exportación con cierta importancia. En ningún momento hemos intentado desde hace dos años entrar en los mercados distintos de Francia. Indudablemente, ha habido una diferencia de precios, que desde el punto de vista comercial no lo han aconsejado. Pero también es verdad que en estos cinco años que llevamos de exportación hemos ido trabajando un producto cuando muchas veces los límites económicos, o sea, al calcular se le ha hecho una demanda tan alta, y de una forma tan desproporcionada muchas veces, que el sector comercial ha tenido que acudir, fundamentalmente al mercado francés, que era el que más pagaba. Y la pregunta de continuidad, con relación a la conquista de nuevos mercados, todavía no se ha planteado en España, o sea, todavía no ha habido necesidad desde el punto de vista comercial, de hacerlo. Con una indudable falta de visión de futuro, estamos de acuerdo. Esto yo creo que contesta un poco a lo que ha dicho este señor.

ZMI SHACHAR

Señores, dos cosas pequeñas. En primer lugar, como ha dicho nuestro amigo de Italia, que quizá sea sea un mercado fantástico para el aguacate español, yo estoy dispuesto de parte de Israel, desde el año que viene, a no gastar un centavo en promoción en Italia, ustedes lo han con y mandan la fruta.

CONCLUSIONES DEL SEMINARIO

— La superficie dedicada a aguacate en la península ha venido creciendo considerablemente en los últimos años, acercándose actualmente de las 4.000 hectáreas plantadas, a un ritmo de 44 hectáreas mes.

— Las previsiones de producción para el futuro señalan volúmenes de oferta considerables. De tal forma que, de no desarrollarse más los mercados, en 1985 puede haber ya algún problema de exceso de oferta, y para 1990 la situación será muy grave.

— Es preciso, pues, desarrollar los mercados europeos en cuanto a consumo de aguacate y es vital para el aguacate español desarrollar su propio mercado nacional, no sólo por "colocar" interiormente una parte de la oferta generada, sino por el papel del mercado interior de estabilizador de los posibles vaivenes de la demanda de exportación.

— Respecto a los mercados extranjeros más importantes que han sido tratados en el seminario:

El mercado alemán constituye la mayor esperanza de aumento de consumo del aguacate en Europa. Es un mercado difícil, donde Israel está haciendo una gran inversión en publicidad y promoción. Alemania es el principal consumidor de Europa en frutas y hortalizas, con un consumo de unos nueve millones de toneladas. Sería conveniente participar en estos momentos en la promoción de este mercado. Los próximos años nos van a decir si los alemanes se acostumbran o no a consumir aguacates.

El mercado inglés consume cada día más aguacates; es un mercado con gran potencialidad, pero a precios más bajos. Para el envío de los aguacates peninsulares al Reino Unido debería aprovecharse la experiencia y organización del Campo de Dalías, cuyo envíos de hortalizas son de gran volumen hacia este país.

El mercado italiano se puede decir que todavía no ha comenzado a consumir aguacates. Está casi todo por hacer y no se sabe cómo va a reaccionar. El desarrollo de este mercado requeriría una gran inversión en promoción y propaganda y parece que Israel va a concentrar sus esfuerzos en los próximos años en otros mercados, especialmente el alemán, antes de actuar decididamente en el mercado italiano. Conviendría un seguimiento de este mercado para planificar posibles futuras actuaciones.

Por lo que se refiere a la organización de las estructuras productivas y comerciales cara al mercado, se concluye que son imprescindibles las siguientes acciones:

— Concentración de la oferta: las múltiples acciones a abrir mercados, incrementar el consumo y, por tanto, mantener precios, no pueden llevarse a cabo sin la previa unión y organización del sector productor en una agrupación con suficiente fuerza para tomar decisiones. Por tanto, se solicita la ayuda necesaria para fomentar las agrupaciones.

— Control de calidad: para una promoción efectiva del consumo en el mercado nacional hay que exigir un control de la calidad. Las

normas actuales de calidad, que están en vigor, pero que no se cumplen, deberían revisarse. No debe prohibirse la venta de aguacates de pequeño calibre si tienen buena calidad; de hecho Israel está exportando a Inglaterra Hass de pequeño calibre, y, además, en España no hay industrias transformadoras para poder aprovechar estos frutos pequeños. Otro aspecto que deberían contemplar estas normas sería el control de maduración y calendario por variedades a principios de campaña.

- Petición a la Administración de la puesta en marcha de las normas de calidad, una vez revisadas como anteriormente se ha dicho, pidiéndole una inspección que asegure su cumplimiento, tanto en origen como en el mercado de destino.
- Elaboración de un plan de publicidad: Dar a conocer el producto a través de propaganda y formación al consumidor; organizados y dirigidos por un Ente que englobe el sector (productores, manipuladores y comerciantes). Este Ente crearía el "Fondo de Promoción de Consumo y Venta de Aguacates", con aportación económica de los sectores implicados y teniendo representatividad suficiente para conseguir de la Administración las ayudas existentes tanto para el mercado interior como para el mercado exterior.

Faltan en nuestro país normas legales que faciliten la organización de este tipo de actuaciones, como hay en otros países, por ejemplo, los Marketing Order de los Estados Unidos, y las similares de Nueva Zelanda, o las organizaciones verticales de cada producto que hay en Holanda.

- Recolección escalonada: Se recomienda que la recolección de aguacates se haga escalonada; es decir, se empiece recogiendo primero los más gordos, de unos 250 gramos arriba y después los más pequeños. Esto es importante con las variedades tempranas, a principio de campaña, para no tener problemas por inmadurez de los aguacates más pequeños que se dejan en el árbol, para una segunda o incluso una tercera pasada, engordan; y, se considera, que el aumento de peso y, por tanto, de cosecha recolectada, compensa sobradamente de los mayores costos de recolección; aparte de que con ello se ofrecerá una mejor calidad de fruto al mercado.

OTRAS CONCLUSIONES

— Interés por la variedad Reed: Por la experiencia que se tiene, parece que la variedad Reed puede ser muy interesante para conseguir fruta en el mes de julio, cuando el mercado está sin aguacates y los precios son más altos. El árbol requiere un sistema de sostén de las ramas, pues la madera es muy quebradiza. De todos modos, todavía se necesita más experiencia para confirmar lo que ahora se dice sólo como una posibilidad, pues nuestras plantaciones más viejas tienen sólo siete años de vida, y los datos que ahora tenemos son en parte contradictorios.

— Problemática de la variedad Bacon: Se discute mucho sobre la calidad del Bacon para la exportación, debido a su piel fina. Se consi-

dera que en los próximos años, cuando tenga que competir con el Fuerte, al aceptarse para ambas la misma fecha de salida, el precio del Bacon será posiblemente más bajo, en comparación con otras variedades, que en la actualidad. Teniendo en cuenta la importancia de esta variedad en el Valle del Río Verde, quizás debería estudiarse con más detalle el comportamiento de diferentes partidas de estos aguacates, recogidas con diferentes grados de maduración, durante el transporte y distribución, para tratar de definir más exactamente la "madurez comercial" de esta variedad.

Se aprecia en los importadores invitados a la Semana Verde, la mayoría de ellos descendientes de españoles, un decidido propósito de ayudar las exportaciones de aguacates españoles.

Se ve que el fruto de los contactos mantenidos a lo largo de las sucesivas Semanas Verdes de la Costa del Sol es ya muy importante en este sentido y convendría continuar.

ACTO DE CLAUSURA

Toma la palabra, al iniciar el acto, el Director General de Investigación y Extensión Agraria, Javier Calatrava Requena, como Presidente del Comité Organizador de la Semana Verde, para decir lo que compondrá el acto de clausura. En primer lugar, anuncia la intervención del Teniente de Alcalde del Ayuntamiento de Almuñécar, en representación del Alcalde. Posteriormente, tomará la palabra el Consejero de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Miguel Manaute, que va a clausurar el Seminario, y, por último, se procederá a un homenaje de la Semana Verde y de la Junta de Andalucía a don Luis Sarasola, entregándole una placa como reconocimiento de todo lo que ha hecho por el sector del aguacate. Habla el representante del Ayuntamiento de Almuñécar.

"Buenas noches. En primer lugar quiero excusar la presencia del alcalde con todos ustedes aquí por encontrarse ausente, y en segundo lugar, agradecer al Consejero de la Junta de Andalucía su presencia aquí con nosotros, la presencia de ustedes y la asistencia y participación a estas Jornadas tan trascendentes para la economía de nuestro pueblo. Yo creo que los anteriores ponentes habrán hablado suficiente del aguacate, y yo sólo me voy a limitar a darles la bienvenida, aunque ya llevan ustedes dos días aquí, y a desearles que su estancia en nuestro pueblo haya sido lo suficientemente grata, y con esto quiero terminar. Gracias." Habla el Consejero de la Junta de Andalucía:

"Señoras y señores, queridos amigos todos, buenas noches. Quiero empezar dejando constancia de la enorme satisfacción que me produce estar aquí hoy clausurando este Seminario que, desde mi punto de vista, tiene una importancia excepcional, porque es la continuación y la consolidación de una etapa nueva, dentro de todo el contexto del conjunto de actos que se organizan en la Semana Verde de la Costa del Sol, de una experiencia que ya venía de antaño y que ahora se consolida: el Seminario del Aguacate. Nosotros pensamos seguir impulsando este tipo de actividades de cara al futuro, pues la Junta de Andalucía tiene no sólo la competencia, sino la obligación de trabajar por el máximo aprovechamiento de los recursos, y entre ellos, uno de los más importantes en Andalucía, los recursos agrarios.

En este sentido, y siendo conscientes que la ordenación de las producciones es un tema que fundamentalmente corresponde al Estado, hay un papel, yo creo importante y fundamental dentro de las tareas que tiene que realizar la Junta de Andalucía, de promoción de la ordenación de aquellos sectores que son de producción exclusiva o casi exclusiva de nuestra Comunidad Autónoma, ese es precisamente el caso de las producciones extratempranas y subtropicales de nuestro litoral, pues se trata de sectores sobre los que tenemos que volcarnos, dada su gran capacidad de creación de riqueza y sus grandes posibilidades cara a los mercados.

Y es en este contexto donde yo enmarcaría las breves palabras que pienso pronunciar aquí esta noche. Conozco el trabajo que ustedes han realizado, las posibilidades de futuro que para el aguacate han analizado a lo largo de este Seminario y todos los actos que se van a llevar a cabo con motivo de la IX Semana Verde de la Costa del Sol. Sé que habéis trabajado duramente y que ha habido unas exposiciones muy claras so-

bre diferentes temas que yo quiero simplemente repasar, porque sería osadía por mi parte intentar meterme en profundidades ante una audiencia tan cualificada como esta, que, indudablemente, desborda en capacidad de conocimiento sobre el tema.

Pero sí quiero en este breve repaso hacer ver de alguna manera las posibilidades, la responsabilidad y el compromiso que le cabe a la Junta de Andalucía, y en concreto a la Consejería, en el tema del aguacate. Bien, habéis estado hablando y viendo las previsiones del futuro de los mercados cara al 85 y al 90, habéis analizado el exceso de oferta prevista sobre la demanda y la necesidad de abrir mercados, tanto en el exterior como en el interior, para cuando estén en producción todas las plantaciones que hoy hay. Ya desde el principio, cuando pensamos en la constitución de la Semana Verde hablamos de que había que potenciar el consumo en general y el del aguacate en particular en el mercado interior, que es un mercado con bastantes posibilidades, sin perjuicio de que hay que cuidar asimismo el mercado exterior.

Quisiera añadir lo que he dicho en muchas ocasiones delante de los agricultores: que la Administración, en este caso la Administración Autonómica, tiene una serie de responsabilidades y que tiene un papel que cumplir, pero que también los sectores implicados, los agricultores, los comerciantes, fundamentalmente el sector productor, tiene una responsabilidad y en este caso yo quisiera resaltar un tema que es importante, porque nos encontramos ante un producto que está empezando, que tiene un mercado donde aún no se puede prever definitivamente cuál será el comportamiento de los consumidores, pero que puede tener unas posibilidades serias de afrontarlo con éxito; nos encontramos, en definitiva, en un producto que dentro de lo que es la economía nacional tiene relativamente poca importancia, si bien para Andalucía, y mucho más lógicamente para esta zona, tiene una importancia vital si se abordan desde ahora las diferentes medidas que vosotros habéis estado viendo que se deben llevar a cabo deben tener una salida feliz.

En este sentido, me consta que uno de los temas que habéis tratado igualmente es el tema de creación de un fondo para propaganda para promoción de este mercado. Se ha hablado asimismo de la necesidad de controles de calidad en el mercado interior, porque en el exterior, de alguna manera, el Soivre ya se encarga de exigir una normalización, realizando su labor con eficacia. No obstante, tanto en uno como en otro, yo hago dos reflexiones. Una primera reflexión se refiere a la voluntad decidida de la Consejería de Agricultura de apoyar todo tipo de iniciativa que vaya en orden a la potenciación y al fomento del consumo y a la ordenación del mercado del aguacate, pero simultáneamente digo también que, puesto que estamos acudiendo a tiempo, puesto que no estamos ante el hecho consumado de una catástrofe que por imprevistos se nos puede venir encima, sino que estamos previniendo con un horizonte a corto, e incluso yo diría que a medio plazo, creo que tampoco la Administración tendría que hacer el papel de padre, ni de tutor, a la que muchas veces somos dados en acudir, pero del que yo pretendo huir, en el sentido de que una cosa es el amparo institucional que estamos dispuestos a dar, el asesoramiento y el apoyo técnico, el apoyo logístico, si hace falta en algún momento, y otro tema es que la iniciativa tiene que partir del propio sector, que la organización tiene que ser auto-

organización y que en ese camino podemos caminar juntos y podemos encontramos ofreciéndonos y coordinándonos con un apoyo mutuo.

Y lo anterior no lo digo sólo a nivel económico, que lógicamente la creación de ese fondo económico al que se ha hecho referencia tendría que partir del propio sector productor, sino también a nivel de la normalización de la calidad, tanto de cara al mercado interior como al exterior, pero de cara al mercado interior, bueno, existen una normas para mercado, para controles de fecha de salida, etc., etc., hoy esa normativa está transferida a la Junta de Andalucía y yo afirmo aquí la decidida voluntad de que se cumpla. Pero, por otra parte, este es un sector todavía pequeño, donde hay una conciencia, y lo demuestra el hecho de la asistencia y el interés de tantas y tantas personas por estar en estas reuniones, y por ello creo que más que tener que venir con la vigilancia de la ejecución, lo verdaderamente importante sería que hubiera un ejercicio de autorregulación y, en todo caso, nosotros procuraremos extremar la vigilancia y haremos que se cumpla el control de cara a los mercados interiores de la Comunidad Autónoma Andaluza. Claro que hay un problema, que es que ni Madrid ni Barcelona, que son los dos grandes mercados interiores del aguacate, están en Andalucía; por tanto, desde las normas transferidas no podemos controlar, y por eso digo que es fundamental el ejercicio de autorregulación y, por supuesto, la petición en este sentido a la Comunidad Autónoma de Madrid y a la Generalidad de Cataluña. Pero sinceramente yo creo que más que esperar a que venga en plan policía la Administración a tener que poner normas, creo que cuando hay conciencia comercial en el sector, lo importante y lo fundamental es que se pueda hacer ese ejercicio de autorregulación y de autoorganización de cara a salir al mercado exterior promocionando una marca. Yo no sé si puede ser importante o no el hecho de una denominación de origen, no en principio; no parece que pueda tener muchos problemas. Sería una cosa a estudiar o cualquier otro tipo de actuación, pero, desde luego, cualquier iniciativa que pueda venir a partir del propio sector y que se considera importante e interesante por este sector encontrará siempre el apoyo de la Junta de Andalucía.

Por tanto, yo voy a terminar rápidamente, quisiera decir que todavía hay dos ideas claras que resumirían mi intervención y el conjunto de este Seminario: Respecto a la promoción del mercado interior, indicar la importancia de llegar al nivel de consumo que tienen los franceses e insistir en que dicha promoción, juntamente con la del mercado exterior, para competir con otros países que están ofertando a ese mercado, tiene que ser un trabajo de coordinación conjunta y que el impulso inicial ha de partir del propio sector privado y sólo entonces encontrará el apoyo de la Administración. Esto debe ir acompañado del incremento de la calidad y el control de la autorregulación en esa misma dirección.

Para terminar, recuerdo que he iniciado mi intervención diciendo que la Semana Verde de la Costa del Sol, de la que ahora estamos celebrando la IX edición, supone la consolidación de este tipo de actividades que se ha demostrado ser muy interesante y que, además, tiene ya un gran arraigo entre los agricultores, los comerciantes y, en definitiva, también en toda la Costa del Sol. Pues bien, a mí me gustaría que los trabajos que aquí habéis contemplado y habéis realizado no quedarán parados hasta la próxima edición. Me gustaría que se pudiera seguir tra-

bajando para que las iniciativas, las ideas que aquí se han aportado, se puedan ir desarrollando, no dentro de dos años, donde posiblemente empezaremos a ver que quizás sea un poco tarde, sino a partir de ahora, y continuando, y vuelvo a decir y termino, ahí, en ese camino, encontrarán ustedes siempre el apoyo de la Consejería de la Junta de Andalucía.

Nada más. Muchísimas gracias a todos."

A continuación, y para finalizar, toma la palabra de nuevo el Director General de Investigación y Extensión Agraria para anunciar la entrega por el Consejero de una placa que recoge el homenaje que se le rinde al señor Sarasola:

"Me ha correspondido a mí hacer este homenaje a don Luis Sarasola y me siento honrado por ello. Creo sinceramente que es inútil entre los que estamos aquí hacer un panegírico de su figura, y sólo por si hay alguien que no la conozca diré que a él se debe la introducción del aguacate en el litoral de Andalucía y el primer impulso, al principio sólo puntual, que ha permitido el tener esas casi 4.000 hectáreas a las que me refería en la conferencia inaugural del Seminario.

Todos los que de alguna forma hemos estado vinculados al mundo de la fruticultura subtropical, bien como productores, como comerciantes, como técnicos, como investigadores, en algún momento de nuestro trabajo nos hemos encontrado con la figura del señor Sarasola, que apreciamos y admiramos todos los que estamos aquí. Desgraciadamente, por un accidente, él no puede estar aquí hoy con nosotros para ser testigo directo de este acto de reconocimiento a su labor, y por ello le vamos a entregar una placa conmemorativa de este homenaje, que hoy le rendimos, al Jefe de la Agencia de Extensión Agraria de la Comarca de Almuñécar, para que él se la haga llegar de alguna forma, con el agradecimiento de todo el sector del aguacate y de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, cuyo titular va a rendirle este sencillo pero emotivo homenaje."

El Consejero hace entrega de la placa.

Acto seguido clausura el acto el Consejero con las siguientes palabras:

"Bueno, yo creo que con este acto de la entrega de esta placa damos por terminado el Seminario sobre el aguacate. Gracias a todos."

LISTA DE PARTICIPANTES EN EL SEMINARIO

- **Aguilar Villavilla, Antonio**
Estación Experimental «La Mayora»
Algarrobo-Costa. Teléf. 5110000
Málaga (España)
- **Agustín Castillo, Alejandro**
INIA
Churriana (Málaga)
- **Alabarcé Bustos, Manuel**
Mayorista
Queipo de Llano s/n. La Paloma
Teléf. 630571
Almuñécar - Granada (España)
- **Alonso Morcillo, José**
Ministerio de Agricultura
Madrid
- **Alvarez Aneas, Luis**
Exportador
Avenida Andalucía, 11. Teléf. 631236
Almuñécar - Granada (España)
- **Alvarez García, Francisco**
Agricultor
Carretera de Granada s/n.
Teléfs. 600731 y 600306
Motril - Granada (España)
- **Alvarez García, Valentín**
Exclusivas Hernández y Cortijos
Hornacino
Avda. Ricardo Soriano, 15
Teléfs. 776403 - 770562 - 774916
Marbella - Málaga (España)
- **Anea García, José**
Alhóndiga, Alcalde Caridad s/n.
Teléf. 653155
Otívar - Granada (España)
- **Aragón Sánchez, Miguel**
Alhóndiga, Torrecuevas
Almuñécar - Granada (España)
- **Arenas, José Luis**
Sociedad de Plantas Tropicales
de Almuñécar, S. A.
Pedro Antonio de Alarcón, 41
Teléfs. 252750 - 253589
Granada (España)
- **Alvarez García, Francisco**
PROCAM S. Coop. Ltda.
Blasco Ibáñez, 27
Teléfs. (958) 600306 - 600731
Motril - Granada (España)
- **Antúnez Román, Hdefonso**
Shering Agro, S. A.
c/ Maestro Alonso, J-26/3
Málaga
- **Balges Serradell, Alejandro**
Gerente
Bat. D-3 37 Rue de Perpignan
Teléf. 6864971
94572 Rungis Cedex (Francia)
- **Bloden, Carlos**
Torrecuevas - Almuñécar (Granada)
- **Boers, Enrique**
Edificio El Trasmallo
Comandante La Herranz, 12
Marbella (Málaga)
- **Boers, Harry**
Agricultor - Teléf 91 - 4588573
S. Pedro de Alcántara - Málaga
(España)
- **Bota Villalonga, Vicente**
Cámara Agraria
Motril (Granada)
- **Bustos Fernández, José A.**
COFRUTAL
Trapiche, 9 - Teléf. 630570 - Télex 631114
Almuñécar - Granada (España)
- **Bustos Jiménez, Manuel A.**
Alhóndiga
Teléf. 653132 - Jete
602116 - 600234 - 601863 - Motril
Jefe - Granada (España)
- **Buchere D., Emilio**
Agricultor
Teléf. 640611
Almuñécar - Granada (España)
- **Bustos Fernández, Francisco**
Presidente Cámara Comercio
Industria y Navegación
Hernández Velasco, 7
Teléfs. 600061 - 602116 - 601863
Motril - Granada (España)
- **Bustos Martín, Jesús**
Itrabo (Granada)
- **Brier y Bravo de Laguna, José**
FAST Coplaca
San Francisco, 1
Teléf. 922 - 330243 - Télex 9261 - CPNT
La Orotava - Tenerife (España)
- **Brito Lorenzo, Ana Rosa**
COPLACA
Avenida de Anaya, 11
Teléf. 922 - 286300 - Télex 92257
Santa Cruz de Tenerife (España)
- **Bruna Puyuelo, Miguel**
INEM
Avda. Calvo Sotelo s/n. - Tel. 277450
Granada (España)
- **Cabezas Prieto, Fabio**
Agencia de Extensión Agraria
Andrés Uller, A-1.º C - Teléf. 630393
Almuñécar - Granada (España)
- **Cacín Ruiz, Angel**
Comerciante
Teléf. 640014
La Herradura - Granada (España)

- Calatrava Requena, Javier**
Director General de Investigación
y Extensión Agraria
Junta de Andalucía
Avda. República Argentina, 21
Teléf. 279106-06
Sevilla (España)
- Callejón Millán y Campos, Rafael**
Alhóndiga
Torrecuevas s/n. Teléf. 630476
Almuñécar - Granada (España)
- Callejón Díaz, Rafael**
Alhóndiga
Pescadería, 8 La Paloma - Tel. 630156
Almuñécar - Granada (España)
- Calvo Calvo, Antonio**
Jefe Zona Sur - Caja Rural
Gran Vía, 48 - Teléf. 277500
Granada (España)
- Candelas, Marcos**
Marphil Traders, 266/268 Flowers Mar-
ket, Building
New Convet Garden Market
Londres SW 8-5, NB
- Carmona Quintana, José**
CARFRUT
Exportador
La Santa Cruz - Teléf. 653125
Almuñécar - Granada (España)
- Casero Domínguez, Juan Ramón**
Avda. Costa del Sol
Almuñécar (Granada)
- Castillo Sánchez, Juan**
Plaza de Madrid, 1-7.º F - Teléf. 630337
Almuñécar - Granada (España)
- Castro Cacermeiro, Agustín**
Ingeniero Técnico Agrícola
Teléf. 496530
Alora - Málaga (España)
- Cervantes Gómez, Miguel**
Extensión Agraria
Carretera Torre del Mar
Velezmálaga (Málaga)
- Colduras Fernández, Aurella**
Dirección Provincial
Teléf. 276550
Granada (España)
- Cortés, Rafael**
Instituto Nacional de Fomento de la
Exportación
Madrid
- Collins, Ernest**
Agricultor
Apartado Correos 231 - Teléf. 630710
Almuñécar - Granada (España)
- Cruz Romero, Mariano**
Comité Ejecutivo Semana Verde
de la Costa del Sol - Telfé. 276550
Granada (España)
- Cuevas Galván, Gabriel**
Agricultor
Alava, 8 - Teléf. 952 - 290535
Málaga (España)
- Casado Torres, José Pedro**
María Luisa de Dios, 2 - Teléf. 203204
Granada (España)
- D'Acota Bacalhau, Antonio**
MACK-EDWARDS
Distributors. Church Road. Paddock-
Wood - Teléf. 07.44-89283366
KENT TN-125 ES (Inglaterra)
- Delgado López, Antonio**
Jefe Provincial del ICA
Gran Vía, 48 - Teléf. 276550
Granada (España)
- Delgado López, Valeriano**
MERCAGRANADA
Melchor Almagro. Tels. 272104 - 283009
Granada (España)
- Díaz Benítez, José**
Calvo Sotelo, 41, 3.º A
Granada
- Díaz Caffarena, Carlos**
Asesor Técnico. MAAPA
Paseo de Miramar, 23 - Teléf. 214448
Málaga (España)
- Díaz López, José A.**
Agricultor
Carreterías, 2 - Teléf. 790265
Padul - Granada (España)
- Díaz Marfil, Manuel**
Horno Nuevo, 7
Almuñécar - Granada (España)
- Díaz Maza, José**
Jefe de Producción Vegetal
Delegación de Agricultura
Hermanos Machado s/n. - Teléf. 240111
Almería (España)
- Díaz Olivares, Rafael**
Alhóndiga
Las Espeñuelas - Teléf. 631380
Almuñécar - Granada (España)
- Díaz Robledo, Julián**
Barrio de la Paloma. Camino del
Centrero
Teléfs. 631729 - 631956
Madrid 91 - 4197203
Almuñécar - Granada (Málaga)
- Dobon, Vicente**
Sección de Perecederos El Corte Inglés
Madrid
- Domínguez Rueda, Juan**
Banco Vizcaya
Edificio Coliseo - Teléf. 854 - 220868
Sevilla (España)
- Elustondo Gean Paul**
SIMEXPA
Teléf. 07 - 33 - 59207438
Hendaya (Francia)

- Fajardo Anras, José Luis**
Frutas Fajardo
Teléf. 653019
Otivar - Granada (España)
- Farre Massip, José María**
Estación Experimental «La Mayora»
Teléf. 511000
Algarrobo-Costa - Málaga (España)
- Fayos Ferrer, Gregorio**
Cooperativa MADACA
Director Gerente
Carretera de Málaga-Adra s/n.
Estación de Cártama - Málaga (España)
- Fernández Galván, Domingo**
Tenerife
- Fernández Pretel, Fernando**
Coop. Ntra. Sra. de Bodijar
Capilla Puerta, 3-2.º C.
Avenida Costa del Sol s/n. Bl.
Jete - Almuñécar - Granada (España)
- Fernández de Sepúlveda, Margarita**
Bulto, 49
La Carhuela, Torremolinos (Málaga)
- Fernández Gámez, Manuel**
Montera, 1 - Teléf. 500436
Vélez-Málaga - Málaga (España)
- Floden, Carlos**
Agricultor
Apartado Correos 231
Almuñécar - Granada (España)
- FRUCORSA**
Sorribas, 20 - Teléf. 323000
Miranda de Ebro - Burgos (España)
- Galán Saucó, Víctor**
Departamento de Cultivos
Subtropicales del INIA
Teléf. 540150 - 540154
Télex 92069 - INIA - E. Apartado 60
La Laguna - Tenerife (España)
- Gallardo Vela, Generoso**
Vivero de Aguacates «BOSQUEMAR»
Aragoncillo, 1 - Teléf. 219951
Marbella - Málaga (España)
- García Bisbal, Rafael**
Mercado de Valencia
Pintor Navarro Lloréns, 5
Teléfs. 3257381 - 3256157
Valencia (España)
- García Cervantes, Rafael**
Agricultor
Ballén, 40 - 3.º
Málaga (España)
- García Faraco, José**
Extensión Agraria
Estepona (Málaga)
- García Guzmán, Carmen**
Comité Ejecutivo Semana Verde
de la Costa del Sol
Gran Vía, 48 - Teléf. 276550
Granada (España)
- García López, Octavio**
Extensión Agraria
Motril (Granada)
- García Quevedo, Emilio**
Gerente S.A.T. n.º 16.782
«AGUACATES ROYAL»
Hacienda de Hermanas
Churriana - Málaga - Teléf. 435307
Málaga (España)
- García Sánchez, Antonio**
Alhóndiga - Teléf. 653153
Otivar - Granada (España)
- García Sola, Andrés**
Producción Vegetal. Junta de Andalucía
Hermanos Machado s/n. - Teléf. 240111
Almería (España)
- Giardin y Galán, Federico**
Agencia Extensión Agraria
Andrés Huller A. 1.º C. - Teléf. 630393
Almuñécar - Granada (España)
- Gómez Aracil, Francisco**
Servicio Extensión Agraria
Navas de Tolosa, 2-3.º - Teléf. 216179
Málaga (España)
- Gómez Gómez, Jorge**
Agricultor
Avenida de Andalucía, 22-6.º F.
Teléfs. 631397 - 630016
Almuñécar - Granada (España)
- Gómez-Perretta García, Felipe**
S. A. Carrillo.
Plaza Trinidad, 6 - Teléfs. 227563-227520
Granada (España)
- Gómez Uribarri-Meleiro, Fernando**
Jefe del Servicio de Comercialización
Agraria y Alimentación
Consejería de Agricultura
Junta de Andalucía
Sevilla (España)
- González Díaz, José Luis**
Asoc. Prof. Cultivad. y Export. de
Aguacates
Las Palmas (Canarias)
- Grana Enciso, Enrique**
Estación de Cultivos Subtropicales INIA
Cortijo de la Cruz - Teléf. 435054
Churriana - Málaga (España)
- Gellerisch**
Scipio
Teléf. 4213632262
Bremen (Alemania)
- Granados, Juan José**
Promotora de Recursos Agrarios
Paseo de la Castellana, 81
Madrid-16
- Haro López de, Francisco**
Insecticidas CONDOR, S. A.
Rafaela, 9 y 11. Pl. 4.º Piso B-1
Bloque 1.º A. - Teléf. 272203
Málaga (España)

- **Hermoso González, José M.ª**
Est. Exp. «La Mayora»
Teléfs. 511000 - 01
Algarrobo-Costa - Málaga (España)
- **Hernández de Gregorio, Vicente**
Director Exclusivas Hernández
Avenida Ricardo Soriano, 15
Teléfs. 952-770562 - 774916
Télex 77357 ERVI E
Marbella - Málaga (España)
- **Jaime Palacios, Serafín**
Centro de Investigación «La Mayora»
Teléf. 511000
Algarrobo-Costa - Málaga (España)
- **Jerónimo Avellano, Francisco**
Torrecuevas
Almuñécar - Granada (España)
- **Jerónimo Fernández, Antonio**
Exportador El Cortijo
Avenida de la Cala, 7. Alhóndiga
Teléfs. 653131 - 631133
Jete - Almuñécar - Granada (España)
- **Jiménez Milfino**
Castellón
- **Jerónimo Fernández, José Luis**
Labrador
Avenida de la Cala, 4 - 2.º
Teléf. 631931
Almuñécar - Granada (España)
- **Lao Ramos, Angel**
insecticidas CONDOR, S. A.
Agente General
Paseo de Almería, 46 - 4.º - Tel. 237300
Almería (España)
- **Lima Castillo, M.ª Luisa**
Agricultor
Miguel Cano, 5 - Teléf. 772495
Marbella - Málaga (España)
- **Lindstom, Gustavo**
Agente Exportador
Almuñécar - Granada (España)
Edificio «Los aTJo» - Teléf. 631782
- **López González, Eugenio**
Jefe del Servicio de Estructuras
Económicas y Relaciones
Interprofesionales
Paseo Infanta Isabel, 1 - Tel. 46700225
Madrid (España)
- **Locondeguy**
Simexpa
Teléf. 33/59207438
Hendaya (Francia)
- **López López de Ganivet, Miguel A.**
GESTUR - Director Gerente
Santa Aurella, 8-7.º - Teléf. 262037
Granada (España)
- **López Cózar, Martínez**
Centro de Investigaciones INIA
Churriana (Málaga)
- **López Medina, Pedro**
Gerente: Medina (Fruit Importers)
Ltd. New Convent Garden Marquet.
Teléf. 07.44.01 - 7208199
Télex 8811207
Londres SW8 5HH (Inglaterra)
- **López Pérez, Rafael**
Establecimientos Rafael López
Bat E2 Fruleg 208 - Tel. (1) 6864955
94512 Rungis Cedex (Francia)
- **López Viguera, Rafael**
KELER, S. A.
Cart. Nacional 152. Km. 31
Teléf. 8491277 - Télex 52074
Lameilla del Vallés - Barcelona (España)
- **Maldonado Rubiño, Manuel**
Director Caja P. Ahorros de Granada
Avda. Andalucía - Tels. 631100 - 631104
Almuñécar - Granada (España)
- **Madramany, Vicente**
Anecoop.
Mercado Internacional S. Charles
Teléf. 07.33.68566025
Perpignan (Francia)
- **Maldonado Peña, Antonio**
Extensión Agraria
Ctra. Málaga, 28 - Teléf. 646084
Castell de Ferro - Granada (España)
- **Mandillo Molowny**
Finca La Vegueta
Marbella (Málaga)
- **Manzano Sánchez, Rafael**
Alhóndiga
La Paloma - Teléf. 631065
Almuñécar - Granada (España)
- **Marín Calderón, Guadalupe**
Departamento de Botánica
Facultad de Farmacia
Rector López Argüeta - Teléf. 200418
Granada (España)
- **Márquez Sánchez, Antonio**
Agricultor
Cristo, 15 - Teléf. 535003
Sayalonga - Málaga (España)
- **Martín Jiménez, Antonio J.**
Agricultor
Presidente Cámara Agraria
Sevilla, 2 - Teléf. 630475
Almuñécar - Granada (España)
- **Martín Mesoneros, Jesús**
Madrid
- **Martín Uriz, Javier**
Servicio Extensión Agraria
Corazón de María - Teléf. 4138013
Madrid (España)
- **Martín, Valentín**
Las Palmas
- **Martínez Aparicio, Enrique**
ingeniero Agrónomo
Horno de Espadero, 18 - Teléf. 260984
Granada (España)

- Masiá, Enrique**
Grosmanthable. Burohans SCHEID
Teléf. 07.49.221.387022
Télex 08.88.2756
5000 Koln 51 (Alemania)
- Méndez Moñino, José**
Edificio Lima - Teléf. 813279
San Pedro de Alcántara - Málaga
(España)
- Mollna Herrera, Jerónimo**
Director Gral. de Política Agro-
Alimentaria y Agricultura Asociativa
Consejería de Agricultura y Pesca
Junta de Andalucía
Sevilla (España)
- Montalbán Boguera, Enrique**
Málaga Tropical, S. L.
Esperanto, 18 - 4.º - 1.ª - Teléf. 393832
Málaga (España)
- Moyano Romero, José**
Floricultura Costa del Sol
Torre del Mar - Málaga (España)
- Muñoz Bazaje, Ramón**
Ayunt. de Benamargor (Málaga)
- Musso, Lorenzo**
Corso Venecia, 82
Teléfs. 141-54614-15
Télex 210418
14.110 Asti (Italia)
- Moyano Feriche, Domingo**
Dt. Agroquímico SANDOR, S. A. E.
Cruz Verde, 6 - Atico - Teléf. 602201
Motril - Granada (España)
- Martos López, José Luis**
Marcos de Obregón, 5. INEM
Teléf. 952-223435
Málaga (España)
- Merino Alcántara, Demetrio**
Banco de Vizcaya
Edificio Coliseo
Sevilla (España)
- Mena, José L. D.**
IDEAL, Diario
Teléf. 204461
Granada (España)
- Mur, Emilio**
Director Iberoamericana
Embalaje, S. A.
Partida de Canastell - B. 393
Teléf. 660200
San Vicente de Rasplig - Alicante
(España)
- Navarro Mayeas, Rafael**
Plaza San Nicolás, 5 - Teléf. 283990
Granada (España)
- Navas Ruiz, Jesús**
Insecticidas CONDOR, S. A.
Maestro Lecuona, 2 - 3.º A
Teléf. 259863
Málaga (España)
- Navarrete Jiménez, Serafin**
Instituto Nacional de Empleo
Ntra. Sra. de los Clarines, 18, 6.º E
Málaga
- Navarro, Francisco**
Cámara Agraria
Granada
- Nogueras López, Segismundo**
Presidente de la Cámara Agraria
Provincial
Luis Braille, 5 - Teléf. 250334
Granada (España)
- Novo Fajardo, José**
Agricultor
Carretera s/n. - Teléf. 653139
Otivar - Granada (España)
- Noorland Anie**
Association of Dutch Fruit and
Vegetable Exporters 82
Beznidenhoutseweg 2594
Telf. 07.32.70-850100
Telex. 31147
La Haya (Holanda)
- Ortega Jiménez, Luis**
S.O.I.V.R.E., Almería
General Tamayo, 9-8.º
Telf. 254796. Telex. 237911
Almería (España)
- Olaya Mercadé, Leandro**
Centro de Investigación INIA
Churriana (Málaga)
- Pariente Córdoba, Jacinto**
Fernández Shaw, 7
Málaga
- Parra Barbero, Juan José**
Agricultor
Acera del Pilar, 13 - Telf. 640135
La Herradura-Almuñécar - Granada
(España).
- Pascual Linares, Pedro**
Jefe de División de Sucursales
Caja Rural
Gran Vía, 48 - Telf. 277500
Granada (España)
- Pasquau Higuera, Juan Pablo**
Servicio de Plagas e Inspección
Fitopatológica
Carretera Badajoz ,s/n - Telf. 280990
Granada (España)
- Peña Alvarez, Francisco**
Estación Experimental «La Mayora»
Telf. 511100
Algarrobo-Costa-Málaga (España)
- Peña, Salvador**
San Pedro de Alcántara (Málaga)
- Peña Rodríguez de la Luis**
Agricultor
Plaza de Madrid, 4 - Telf. 631262
Almuñécar - Granada (España)

- Peña Urmeneta, Jesús**
Presidente del Consejo de Administración de MERCOS-GRANADA-MOTRIL y MERCOS-ALMERIA
Avda. José Antonio, 2 - Telf. 262429
Granada (España)
- Peñate, Luis**
Rodrigo London Limited
99 London Fruit Exchange
Spitafields Haket
Telf. 07.44.1.3771649
Telex. 8956235
Londres (Inglaterra)
- Pérez Peña, Pedro**
S. Francisco, 2
Telfs. 454057-454159
Télex. 28.301
Valderrubio - Granada (España)
- Pérez Rodríguez, Miguel Astenlo**
Merco-La Palma
Edif. Cabildo
Santa Cruz de la Palma (Tenerife)
- Polanco Burgos, Francisco**
Cámara Agraria Provincial
Felipe Soto, 1 - Telf. 600367
Motril - Granada (España)
- Pineda Pineda, José**
Ayuntamiento Benamargosa (Málaga)
- Porrás Fanelras**
Granada
- Priego Alfaro, Fernando**
Centro de Investigación INIA
Churriana (Málaga)
- Ramos García, Fernando**
Iberoamericana del Embalaje, S. A.
Partida de Canastell-B. 393
Delegado Málaga-Granada
Telf. 965-660200
San Vicente de Raspeig - Alicante (España)
- Ramírez Bravo, Salvador**
Explosivos Río Tinto
Calvo Sotelo, 3 - Telf. 201430
Granada (España)
- Ramos, Carlos**
MACK ORGANISATION
134.142 New Convent Garden
Telf. 7202255-9377324
Telex. 917533
Londres (Inglaterra)
- Reverter Fomes, Trinitario**
Empresa Perfecta
Séneca, 2-5.º - Telf. 232114
Telex. 78936
Almería (España)
- Reyes Rojas, Manuel**
Empresa Perfecta
Séneca, 2-5.º - Telf. 232114
Télex. 78936
Almería (España)
- Reyes Ruiz, Luis**
Casado y Cía, S. A.
S. Lorenzo, 17
Telfs. Vélez: 501642-501163
Telfs. Málaga: 952-224441-2
Málaga (España)
- Rico Rodríguez, José Luis**
Excma. Diputación de Málaga
Fernando el Católico, 13
Telf. 952-264259
Málaga (España)
- Rodríguez Barrionuevo, M.º Angeles**
Agricultor
Alava, 18 - Telf. 952-2900535
Málaga (España)
- Rodríguez Ocon, Manuel**
Delegado Agricultura Junta Andalucía
Gran Vía, 48 - Telf. 276550
Granada (España)
- Rodríguez García, Antonio**
Alhóndiga
Alcalde Caridad, s/n - Telf. 653027
Otívar - Granada (España)
- Rodríguez García, Manuel**
Director Provincial MAPA
Gran Vía, 48 - Telf. 276550
Granada (España)
- Rodríguez Carciolo, Manuel**
Director Banco Exterior de España
Almufécar - Granada (España)
- Rodríguez Pérez, Francisco**
Grupo «La Colá»
Frutas: JUBANIN-XUNGEIR
Telf. 653187-653061-653163
Otívar - Granada (España)
- Rodríguez Vico, Rafael**
Agricultor
Costa del Sol, 1-3.º G
Telf. 631518
Almufécar - Granada (España)
- Rodríguez Álvarez, Manuel**
Cámara Agraria
Granada
- Román, Francisco**
WILLIAMS GANA VERT
NEW. COVENT GARDEN
London S.W. 8 (Inglaterra)
- Roncero, José María**
Serv. Normaliz. de Producción Vegetal
MAPA
Paseo Infanta Isabel, 1
Madrid
- Rossi Iovani**
Via Dione Cressio 14/16
Telex. 320585-321040
Milano 20138 (Italia)
- Royen Marc y C.**
Cotorros
Apartado 279
Almufécar (Granada)

- Rulz Dávila, Francisco**
Jefe del Gabinete del Consejero de Agricultura. Consejería de Agricultura. Junta de Andalucía
Sevilla (España)
- Rulz Martí, José A.**
MENEU Export
Santiago, 20 - Telf. 406061
Almonte - Huelva (España)
- Rulz Dermier Lauzas, Andrés**
Ingeniero Técnico Agrícola
Málaga, 13 - Telf. 483057
Pizarra - Málaga (España)
- Rulz García, Antonio**
Ayuntamiento de Vélez Málaga
Juan Bravo, 1 - Telf. 501340
Vélez Málaga - Málaga (España)
- Rulz, Dolores**
Bulto, 49
La Carlhuela, Torremolinos (Málaga)
- Rulz, Andrés**
Sección de Perecederos El Corte Inglés
Madrid
- Rulz, Juan**
Banco de Bilbao
Calle Nueva, 4
Motril (Granada)
- Sánchez Rodríguez, Manuel**
Merca-Barna
Barcelona
- Salazar Rulz, Angel**
Gerente Merco-Granada
Telf. 601695 - Telex. 18454
Puntalón-Motril - Granada (España)
- Sánchez Tore, José Luis**
Estación Exp. «La Mayora»
Telf. 51100-01
Algarrobo-Costa-Málaga (España)
- Santamaría Pérez, José**
Servicio Extensión Agraria
Corazón de María, 8 - Tel. 4138013
Madrid (España)
- Santorromán Lacambra, José A.**
Producción Vegetal. Junta de Andalucía
Hermanos Machado, s/n Telf. 240111
Almería (España)
- Santorromán Lacambra, Pedro**
Paseo de Almería
Edificio Banco Popular
Almería (España)
- Santos Arrebola, José Luis**
Universidad Málaga
Prolongación de Alameda
Málaga (España)
- Sarasola Llamas, Luis**
Urbanización Las Flores
Torre A-10.º C-Telf. 266505
Málaga (España)
- Serrano Montalvo, Antonio**
Servicio Extensión Agraria
Telf. 434900
Atarfe - Granada (España)
- Shachar Zwi**
Kibutz Gaash
Telf. 972-52-722022
Israel
- Sliva, Germán**
«PROSEMA» Publicidad y Promoción
Ronda Universidad, 14-2.º
Telf. 3017286
Barcelona (España)
- Silvestre Murlán, Antonio**
Cooperativa Hercofrut
Viveros La Herradura - Telf. 640061
Almuñécar - Granada (España)
- Soria Torres, José Tomás**
Estación Experimental «La Mayora»
Telf. 51100
Algarrobo-Costa-Málaga (España)
- Smith**
(Periodista)
Teléf. 954-321155
- Spínola Bretones, Alfonso**
Avda. Costa del Sol
Almuñécar (Granada)
- Stijar, Pedro**
Mercado de Barcelona. Merca-Barna
Pabellón F, 152-156
Telf. 3352588 - 3353335
Barcelona (España)
- Terrón Ibáñez, Francisco**
DIARIO DE GRANADA
Telf. 114061
Granada (España)
- Torreglosa Lamón, J. D.**
Telf. 07.33.68553045
Perpignan (Francia)
- Torremocha Martí, Juan Luis**
Banco de Vizcaya
Mesones - Telf. 222266
Granada (España)
- Tur, Vicent**
V. S. Tur G. M. B. H.
Postfach 2445
Telf. 07-49-754-123081
7990 Friedrichshafeu (Alemania)
- Ugarte Cárcamo, Fernando**
Banco de Vizcaya
c/ Larios
Málaga
- Unciti Urniza, José M.º**
Jefe de los Servicios de Normalización de Productos Vegetales
M.A.P.A. Paseo de Infanta Isabel, 1
Madrid (España)

- Untiedt, Miguel**
Rodrigo London Limited
99 London Fruit Exchange
Spitalfields Market
Telf. 07-44-13770649
Telex. 8956235
Londres (Inglaterra)
- Valdés Pastor, Miguel**
Jefatura P. Vegetal
Consejería Agricultura
Pintor Aparicio, 17
Telf. 227844-43
Alicante (España)
- Vallejo Torres, Adolfo**
Jefe de Producción Vegetal
Consejería Agricultura
Gran Vía, 48 - Telf. 276550
Granada (España)
- Valverde Hurtado, Joaquín**
Explotaciones «El Cercado»
Pasaje Calle Hurtado, 8
Telf. 630534
Almuñécar - Granada (España)
- Van der Vorm, Joes**
Association of Dutch Fruit
and Vegetable Exporters
82, Beznidenhoutseweg
2594 La Haya (Holanda)
- Vilchez Barros, Miguel**
Jefe de SOIVRE
Recogidas, 12 - Telf. 221405
Granada (España)
- Vázquez, José Luis**
Sociedad de Plantaciones
Tropicales de Almuñécar, S. A.
Pedro Antonio de Alarcón, 41-1.º G
Telfs. 252750 y 253589
Almuñécar - Granada (España)
- Vázquez Penagos, Félix**
Frutas Vázquez, J.R.
Ayala, 1 - Telfs. 2756571 - 4352044
Madrid (España)
- Verbena, Jaime**
Barrio La Paloma
Almuñécar (Granada)
- Vercher Vstur, G. M. B. H.**
Post Fach. 2445
Teléf. 49-754-123081
7980 Friedricshafen (Alemania)
- Willen, León**
El Camorral, S. A.
Telf. 91-4588573
Mijas - Málaga (España)
- Yagüe, Arturo**
Ricardo Soriano, Edif. Horizonte
Almuñécar (Granada)