

LOS MERCADOS INTERNACIONALES DEL AZAFRÁN

Ana I. Sanjuán y Dena M. Camarena

Con la colaboración de:

Damico A.B., Erraach Y., Galvez A., Ouabouch H., Vilcarrromero Y.

Documento de Trabajo 08/03

LOS MERCADOS INTERNACIONALES DEL AZAFRÁN

Ana I. Sanjuán y Dena M. Camarena

Con la colaboración de:

Damico A.B., Erraach Y., Galvez A., Ouabouch H., Vilcarromero Y.

Documento de Trabajo 08/03

Índice

Introducción	3
1 La comercialización internacional de azafrán.....	5
1.1 Caracterización del producto	5
1.2 Producción.	5
1.3 Comercio Internacional	6
a) Cifras sobre el comercio exterior de Irán	9
b) Cifras sobre el comercio exterior de Estados Unidos	10
c) Cifras sobre el comercio exterior de Italia	11
2. El mercado de azafrán en España	13
2.1 Superficie y producción	13
2.2 Comercio exterior del azafrán en España	17
2.3 Empresas comercializadoras de azafrán.....	23
2.4 Denominaciones de origen de azafrán	28
3. Conclusiones	31
Bibliografía	33

Cuadros

Cuadro 1. Principales países importadores	8
Cuadro 2. Principales países exportadores	8
Cuadro 3. Principales destinos de las exportaciones de Irán 1997-2006.....	9
Cuadro 4. Principales orígenes de las importaciones de EE.UU. 1997-2006	10
Cuadro 5. Principales destinos de las exportaciones de Italia 1997-2005	11
Cuadro 6. Evolución de la producción española de azafrán	14
Cuadro 7. Evolución de la producción de azafrán por CCAA.	16
Cuadro 8. Principales orígenes de las importaciones de España 1997-2006	19
Cuadro 9. Principales orígenes de las importaciones de España 1997-2006	19
Cuadro 10. Principales destinos de las exportaciones de España 1997-2006.....	20

Cuadro 11. Empresas asociadas a la Asociación Española de Elaboradores y Envasadores de Especias y Condimentos (AEC)	25
Cuadro 12. Empresas comercializadoras de azafrán en España no asociadas a AEC	26
Cuadro 13. Indicadores económicos de las empresas comercializadoras de azafrán (2006)	27
Cuadro 14. Empresas certificadas para comercializar D.O.P. “Azafrán de La Mancha”	29
Cuadro 15. Evolución de la producción y comercialización de la D.O.P. Azafrán de La Mancha..	30

Gráficos

Gráfico 1. Evolución de las cifras de comercio mundial de azafrán 1997-2006	8
Gráfico 2. Evolución de las exportaciones de Irán.....	9
Gráfico 3. Evolución de las importaciones de EE.UU.....	10
Gráfico 4. Evolución de las exportaciones de Italia	11
Gráfico 5. Evolución de la superficie (ha) y producción (kg) de azafrán en España	14
Gráfico 6. Evolución de las importaciones de España.....	17
Gráfico 7. Evolución de las importaciones y exportaciones (t) de azafrán en España.....	18
Gráfico 8. Evolución de las importaciones y exportaciones (miles de €) de azafrán en España ...	19
Gráfico 9. Composición de las exportaciones de azafrán: hebras y molido	21
Gráfico 10. Importaciones de azafrán por Comunidad Autónoma 1997-2007	22
Gráfico 11. Exportaciones de azafrán por Comunidad Autónoma 1997-2007	22

Figuras

Figura 1. Logotipo de la Denominación de Origen Protegida Azafrán de La Mancha.....	29
---	----

Introducción

El azafrán, obtenido de los estigmas secos de la flor *Crocus sativus L.*, es una especia muy apreciada y utilizada en diversas culturas. Su nombre deriva del árabe “*az-za’faran*” o “*az-za’feran*”, que en el antiguo persa significa “por ser amarillo”. La presencia de azafrán en el territorio español se debe a los árabes y se remonta a más de mil años atrás. Desde su introducción se caracterizó por ser una especia muy valorada y cotizada, de ahí que se conozca comúnmente con el nombre de “oro rojo” (Ávila, 1999).

Se pueden encontrar diversas aplicaciones del azafrán, tanto en la medicina, en la industria cosmética y de perfumería, así como en la industria química, bioquímica y microbiológica. Sin embargo, su uso más habitual y tradicional es como condimento culinario.

Es una especia cuyo cultivo y proceso productivo han evolucionado escasamente a lo largo de los años, sigue siendo muy intensivo en mano de obra, lo que determina unos elevados precios finales del producto, y condiciona el grado de competitividad de los distintos países en la esfera internacional. Aunque en los últimos años se ha estado trabajando en nuevas tecnologías productivas como son el mejoramiento genético basado en la selección de cormos, la producción forzada (túneles e invernaderos) y la mecanización de la cosecha, estas innovaciones están lejos todavía de ser incorporadas de manera generalizada por los productores (Libro Blanco del Azafrán, 2007).

El azafrán de origen español disfruta de una reconocida reputación y prestigio en el ámbito internacional, gracias a su alta calidad, el tamaño de su hebra, sus características organolépticas (color, sabor y olor) y al esmero en su elaboración (recolección, monda y secado) (Libro Blanco del Azafrán, 2007). No obstante, pese a su alta valoración la producción nacional de azafrán ha venido reduciéndose significativamente en la última década, pasando de 21.000 kilos en 1990 a 1.330 kilos en 2006 (MAPA, 2007).

En este documento, a partir de información secundaria recabada de fuentes estadísticas y bibliográficas, se ofrecen algunas pinceladas del mercado del azafrán, tanto en su componente internacional como nacional. Se identifican los principales países productores y comercializadores, la localización productiva y envasadora del producto en España, así como las principales empresas que operan en el sector, junto con los rasgos más sobresalientes del comercio exterior de azafrán en nuestro país.

El documento se estructura en tres apartados, además de esta breve introducción, que abordan consecutivamente, la comercialización internacional, las características comerciales del azafrán en España y las conclusiones.

Capítulo 1

La comercialización internacional de azafrán

1.1. Caracterización del producto

El estigma seco de la rosa del azafrán posee una intensa fragancia y constituye lo que se denomina azafrán. Para la obtención de un gramo de estigmas secos, son necesarias entre 250 y 300 flores de azafrán. El cultivo dura de 3 a 4 años, siendo las producciones más altas en el segundo y tercer año. Se trata de un cultivo que soporta temperaturas extremas (35-40 °C en verano y -15 o -20 °C en invierno) y es poco exigente en cuanto a recursos hídricos. Para su conservación es necesario resguardarlo de la humedad y de la luz. Los envases utilizados para su almacenamiento son muy variados e incluyen telas, cajas de madera, de metal y de plástico, así como recipientes de vidrio y barro.

La calidad del azafrán se establece de acuerdo a tres atributos: aroma, flavor y color, causados por la presencia de componentes químicos específicos, cuyos estándares y respectivas categorías, vienen definidos a nivel mundial por *The International Standards Organisation* (ISO), en particular ISO 3236. La puntuación ISO se define en función de parámetros intrínsecos, tales como la intensidad del color, el sabor amargo, el grado de solubilidad en agua, humedad, contenido de ceniza, restos florales y fibra. Adulteraciones, tales como la mezcla de azafrán viejo con nuevo, el uso de colorantes orgánicos, así como niveles de flora microbiana y pesticidas, afectan significativamente a los parámetros de calidad. A partir de estos estándares, los expertos sitúan al azafrán español, entre los de mejor calidad del mundo (Libro Blanco del Azafrán, 2007).

1.2. Producción

La producción de azafrán se concentra en unos pocos países, principalmente localizados en el área mediterránea (España, Italia, Grecia, Marruecos, Egipto, Turquía), y en Asia (Irán, Emiratos Árabes Unidos, Azerbaiyán, Pakistán, India y Afganistán). Existe también producción, aunque en cantidades menores, en Francia, Suiza, Israel, China, Japón, Australia, California y Argentina (Vinning, 2005).

El principal país productor de azafrán en el ámbito internacional es Irán, siendo la provincia de Khorassan, limítrofe con Afganistán, la principal zona de referencia, con una producción que representa un 98% del azafrán iraní (Farzam *et al.*, 2004). Entre 1983 y 2003, el área de cultivo destinada al azafrán en este país casi se multiplicó por 10, pasando de 5.539 a 54.000 has. En 2002, la producción total fue de 180 toneladas, con un rendimiento de 3,35 kg/ha; en el año siguiente el rendimiento se incrementó un 25% pasando a los 4,19 kg/ha (Farzam *et al.*, 2004). Un porcentaje significativo de la producción iraní se destina al consumo interno (entre el 15 y 25%) y el resto se exporta a más de 40 países del mundo (Farzam *et al.*, 2004). Aunque el

azafrán iraní domina en cantidad los mercados mundiales, son los azafranes de Kashmir en India y La Mancha en España, sin embargo, los que gozan de una mejor reputación (Vinning, 2005).

En 2004, la producción de azafrán en la Unión Europea fue de aproximadamente 6.800 kg lo que supone alrededor del 4% de la producción mundial (Libro Blanco del Azafrán, 2007). Los países con mayor extensión productiva en la UE son Grecia, España e Italia. La producción griega se localiza exclusivamente en Macedonia (Kozani) y es controlada por una sola cooperativa. En España, las principales regiones productoras de azafrán son Castilla-La Mancha y la provincia de Teruel, en Aragón. En Italia, la producción se concentra en Cerdeña, Abruzzo y en menor medida Sicilia, Toscana y Umbria. De la superficie cultivada en Italia se obtienen 350 kg de azafrán anuales, cifra muy inferior a la mencionada de 1.330 kg en España y los 5.300 kg de Grecia (Libro Blanco del Azafrán, 2007).

Históricamente, el azafrán producido en Macedonia-Kozani ha gozado de una reputación equiparable a la española. Esta calidad también se reconoce en el azafrán sardo, pero debido a su menor producción y su distribución en el mercado interno, hace que no sea tan conocido internacionalmente (Libro Blanco del Azafrán, 2007).

La producción de azafrán ha disminuido drásticamente en muchos países europeos, y se ha extinguido en otros como Reino Unido, Austria y Alemania, mientras que las producciones de Francia, Portugal y Suiza, han pasado a ser testimoniales.

Aún después de haber sido líderes de la producción de azafrán y comercialización durante siglos, los países europeos actualmente producen sólo un escaso 3-4% del volumen mundial, si bien han seguido manteniendo unos altos estándares de calidad.

1.3 Comercio internacional

La base de datos COMTRADE publicada por la ONU, registra de forma exhaustiva todas las transacciones comerciales bi-laterales de sectores definidos con un elevado grado de desagregación. Así, el azafrán se consigna de forma individual, a través de la codificación del sistema armonizado (HS) revisado en 1996, mediante el código 091020.

Según las últimas cifras disponibles publicadas por esta fuente (accesible mediante la página <http://www.comtrade.un.org>), en 2006 se comercializaron unas 626 toneladas de azafrán, con un valor que superó los 121 millones de dólares (Gráfico 1), cifras obtenidas como la suma de las exportaciones comunicadas por todos los países y valoradas en términos f.o.b. (siglas de *free on board*, y que indica que el valor incluye, además del valor de transacción del bien, el valor de los servicios incorporados para trasladar el bien hasta la frontera del país exportador)¹.

¹ Si se computan las cifras desde el punto de vista del importador, la cantidad total asciende a 967 toneladas, con un valor de 66 millones de dólares en valores c.i.f. (siglas de *cost insurance freight*, y que indica que el valor incluye, además del valor de la transacción del bien, todos los costes de servicios

Además, según se observa en el Gráfico 1, el mercado mundial del azafrán ha seguido una tendencia creciente a lo largo de la última década, multiplicándose en un tercio la cantidad comercializada y más que doblándose el valor monetario.

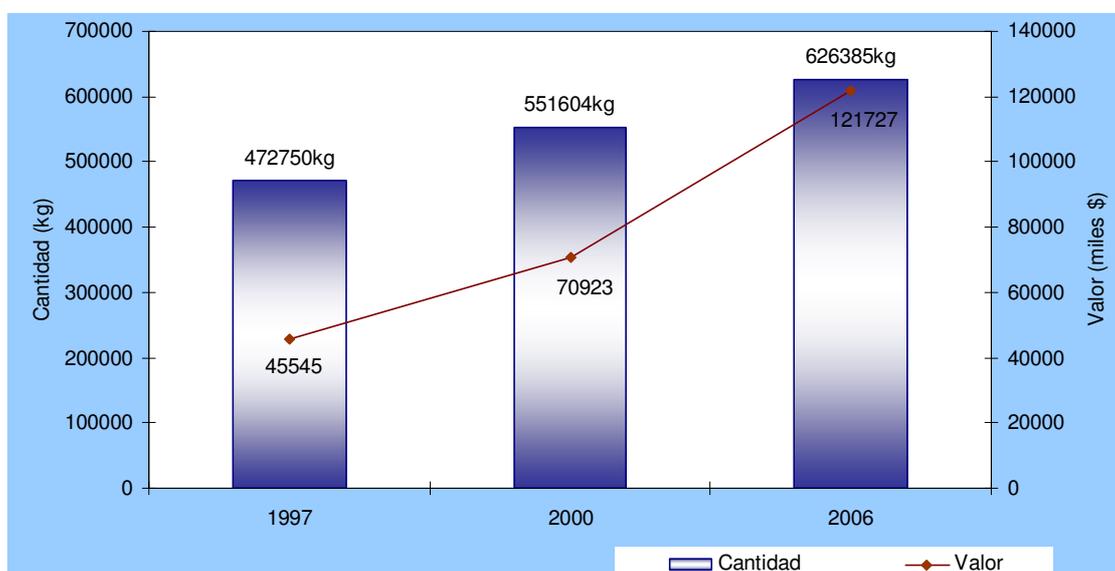
El mercado internacional de azafrán está dominado por cuatro países (ver Cuadro 1 y 2): Irán, España, Estados Unidos e Italia. Los cuatro países producen, importan y exportan azafrán, pero en diferente volumen. Irán, es el principal país productor y también el principal exportador; Estados Unidos, con producciones localizadas en California, al igual que Italia, necesita de las importaciones para abastecer la demanda interna. España es un caso especial, ya que a pesar de una producción interna en continuo declive, participa activamente en los mercados internacionales, con una fuerte presencia tanto desde el punto de vista de la exportación como de la importación.

A lo largo de la década 1997-2006, España ha dominado las importaciones mundiales de azafrán, pero como se verá más adelante, estas importaciones no se destinan al consumo interno, sino que, por el contrario, se re-exportan. En este mismo período, las importaciones de EE.UU. han permanecido relativamente estables, en torno a un 11% del valor mundial, mientras que Italia ha ido perdiendo peso, pasando de representar un 17% en 1997 a un 11% en 2006 (Cuadro 1).

Este mismo período (1997-2006) ha sido testigo de un incesante aumento de las exportaciones iraníes, que han pasado de representar un 31% del valor total exportado a un 71%, al tiempo que otros países, especialmente España, veían disminuir su cuota de mercado de forma acusada. Así, en 1997, España contaba con una cuota de mercado del 45% mientras que ésta se redujo a un 23% en 2006. Otros países, en particular de la UE, han visto perjudicadas también sus cuotas de mercado, en particular Grecia, Francia, Alemania e Italia.

incorporados hasta alcanzar la frontera del país importador). Este desajuste suele ser habitual en las estadísticas de comercio exterior debido a errores, intencionados o no, por parte del país emisor de la información (aparte de la propia diferencia entre c.i.f. y f.o.b., que no obstante deberían circunscribirse al coste de transporte entre el país exportador y el importador).

Gráfico 1. Evolución de las cifras de comercio mundial de azafrán 1997-2006 (Valor f.o.b. de las exportaciones mundiales)



Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de COMTRADE (2008).

Cuadro 1. Principales países importadores (% sobre valor total de importaciones c.i.f.)

	España	Italia	EE.UU.	Francia	Suecia	Japón	Suiza	Alemania	Argentina	Arabia Saudi	Reino Unido
1997	32.1%	17.4%	11.2%	8.6%	4.9%	4.4%	4.3%	3.7%	2.4%	...	1.9%
2000	22.7%	8.7%	8.5%	4.8%	2.1%	2.9%	2.4%	1.4%	2.1%	2.8%	1.5%
2006	28.8%	11.5%	10.9%	4.6%	5.5%	3.3%	4.5%	2.2%	2.2%	4.7%	2.8%

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de COMTRADE (2008).

Cuadro 2. Principales países exportadores (% sobre valor total de exportaciones f.o.b.)

	España	Irán	Grecia	Francia	Alemania	China	India	Italia
1997	44.7%	30.9%	9.3%	3.1%	2.9%	2.6%	1.5%	1.2%
2000	30.1%	58.8%	4.3%	2.2%	0.3%	1.1%	0.5%	0.7%
2006	23.4%	70.9%	0.3%	0.7%	0.4%	0.3%	0.7%	0.4%

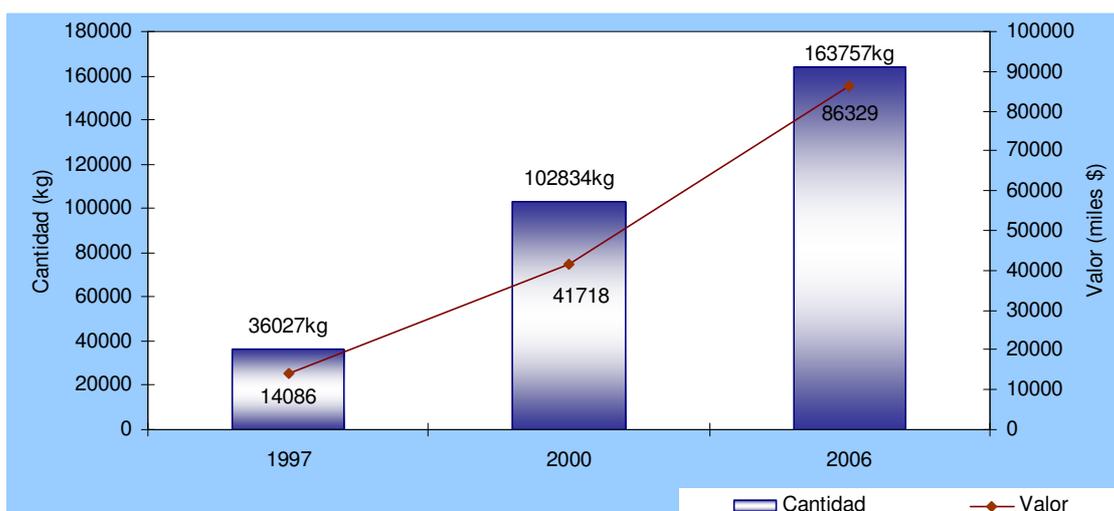
Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de COMTRADE (2008).

A continuación, se presentan en mayor detalle las cifras de comercio exterior para los principales jugadores mundiales, salvo España, país al que se dedica en exclusiva el capítulo 3.

a) Cifras sobre el comercio exterior de Irán

Como se ha mostrado anteriormente, Irán destaca por su fuerte pujanza exportadora. En 1997 exportó 36 toneladas de azafrán, cifra que más que se multiplicó por 10 en 2006, pasando a exportar 164 t (Ver Gráfico 2). En 1997, los principales clientes de Irán eran Turkmenistán (34%), seguido por España, a donde se dirigió el 17% de las exportaciones de azafrán iraní (ver Cuadro 3). España se convirtió en 2000 en el principal destino de las exportaciones iraníes (34% de cuota de mercado) siendo desbancada en 2006 por los Emiratos Árabes Unidos, país que absorbe el 38% de las exportaciones iraníes y que es conocido como un importante re-exportador (Vinning, 2005). Otros países europeos, como Alemania, Italia y Francia, también son importantes receptores de azafrán iraní, si bien han perdido protagonismo como clientes en la última década, especialmente Alemania, que de adquirir el 13% de las exportaciones iraníes, ha pasado a comprar un porcentaje inferior al 1%. En 2006, un montante notable de las exportaciones (8%) iraníes se dirigieron a Arabia Saudí, país que en los años previos, apenas alcanzaba un 1%.

Gráfico 2. Evolución de las exportaciones de Irán (cantidad en kg y valor en miles de \$ f.o.b.)



Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de COMTRADE (2008).

Cuadro 3. Principales destinos de las exportaciones de Irán 1997-2006 (% sobre valor f.o.b.)

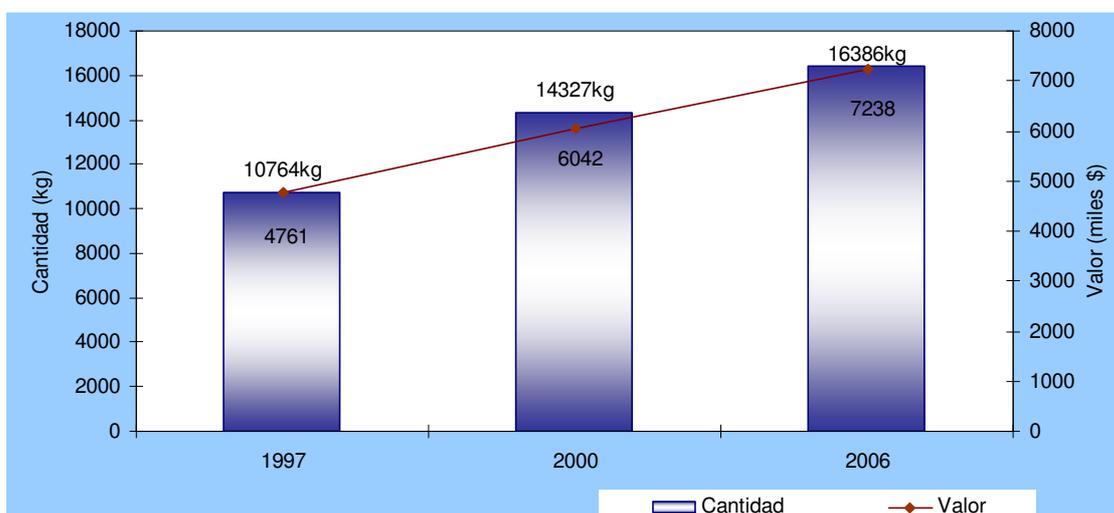
	España	E.A.U.	Turkmenistan	France	Fed. Rusa	Italia	Suiza	Alemania	Arabia Saudi
1997	17,4%	9,1%	34,1%	2,3%	7,8%	6,9%	3,3%	12,9%	0,3%
2000	34,0%	26,6%	20,3%	4,2%	3,4%	2,8%	2,8%	1,1%	0,8%
2006	30,8%	38,1%	...	2,6%	0,0%	4,3%	1,7%	0,8%	8,3%

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de COMTRADE (2008).

b) Cifras sobre el comercio exterior de Estados Unidos

Las importaciones de Estados Unidos también han experimentado un aumento notable entre 1997 y 2006, un 52% tanto en cantidad como en valor (i.e. los precios mundiales de compra han permanecido estables) (Gráfico 3). España se configura como el líder absoluto en el mercado estadounidense (Cuadro 4). Es interesante, sin embargo, resaltar que la cuota de mercado perdida por España entre 1997 y 2006, en torno a un 5%, ha ido a parar a Irán. No obstante, dadas las tensiones existentes entre EE.UU. e Irán, es probable que nuevamente esta cuota vuelva a recaer en España o algún otro país europeo. Estados Unidos, junto con España es el principal país importador de azafrán.

Gráfico 3. Evolución de las importaciones de EE.UU. (cantidad en kg y valor en miles de \$ c.i.f.)



Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de COMTRADE (2008).

Cuadro 4. Principales orígenes de las importaciones de EE.UU. 1997-2006 (% sobre valor c.i.f.)

	España	Italia	Grecia	Francia	India	Irán
1997	94,5%	1,9%	1,2%	0,0%	0,9%	0,0%
2000	95,0%	1,8%	0,2%	0,0%	0,7%	0,8%
2006	90,1%	1,5%	0,2%	1,4%	0,7%	4,6%

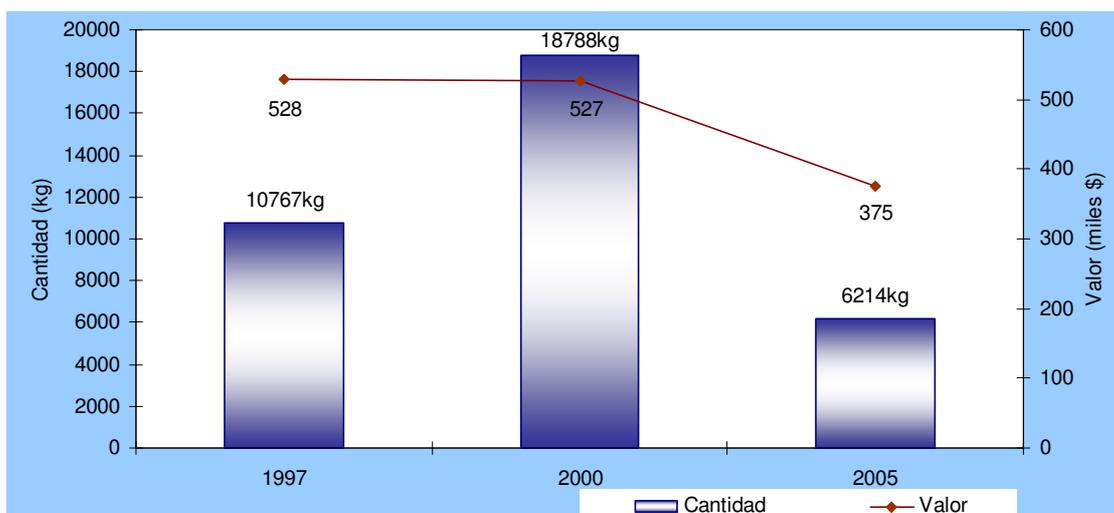
Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de COMTRADE (2008).

c) Cifras de comercio exterior de Italia

Italia se caracteriza por ser un país netamente exportador, si bien, sus mercados exteriores se han ido reduciendo gradualmente. En los últimos diez años, las exportaciones se han reducido en 4 toneladas y media, y un 29% en valor, pasando de aproximadamente 528.000 \$ en 1997 a 375.000 \$ en 2005. Los años 90 fueron testigos del mayor repunte exportador de Italia, con un máximo de 24 toneladas en 1997, mientras que en 2002, las exportaciones se hundieron a cifras próximas a las 6 toneladas, que se exportan actualmente.

Suiza ha sido el principal mercado exterior para el azafrán proveniente de Italia durante los últimos años 90, absorbiendo alrededor del 50% de las exportaciones italianas (Cuadro 5). Más recientemente, el Reino Unido y EE.UU., han superado a Suiza como principales destinos. Así, en 2005, el Reino Unido representaba un 19% de las exportaciones italianas, y EE.UU. un 21%, mientras que Suiza cayó a un 12%. Las cifras parecen indicar que Italia está abriendo nuevos mercados, y en 2005, Sudáfrica, Turquía aparecen como nuevos clientes, mientras que entre los clientes antiguos, se han intensificado las relaciones comerciales con EE.UU., Reino Unido y Brasil.

Gráfico 4. Evolución de las exportaciones de Italia (cantidad en kg y valor en miles de \$ f.o.b.)



Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de COMTRADE (2008).

Cuadro 5. Principales destinos de las exportaciones de Italia 1997-2005 (% sobre valor f.o.b.)

	Suiza	Reino Unido	Alemania	EE.UU.	Brasil	Canadá	Australia	España	Francia	Sudáfrica	Turquía
1997	55,0%	12,5%	8,7%	7,6%	6,3%	2,9%	2,6%	---	0,5%	---	---
2000	50,0%	8,9%	15,2%	10,2%	4,1%	1,9%	0,4%	2,3%	1,0%	---	---
2005	11,6%	18,8%	13,0%	21,0%	12,2%	2,6%	---	---	1,6%	3,9%	2,8%

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de COMTRADE (2008).

Capítulo 2

El mercado de azafrán en España

2.1. Superficie y producción

En 1990 el cultivo de azafrán abarcaba 3.696 hectáreas en España, con una producción de 21.789 kilogramos de azafrán tostado². Una década después, la superficie cultivada se redujo a 233 ha y la producción descendió a 2.822 kg. El mínimo productivo se alcanzó en 2005, con una producción que no alcanzó una tonelada, y una superficie de 83 ha. Los últimos datos publicados por el MAPA correspondientes al año 2006 muestran cierta recuperación frente a estos mínimos, habiéndose cultivado 116 ha, que han dado lugar a 1.330 kg de producción (Cuadro 6 y Gráfico 5).

Al analizar el período 1990-2006 se observa una clara reducción tanto de la superficie cultivada como de los volúmenes productivos. El abandono del cultivo en España es por tanto un hecho. La producción de azafrán en España se enfrenta a una población agraria escasa y envejecida, que junto con unas fuertes exigencias de mano de obra, muy concentrada en el tiempo, unos 3 ó 4 días en los que debe realizarse la recolección, el esbrizado y el tostado, dificultan la disponibilidad de mano de obra cualificada para unas tareas muy demandantes en tiempo y en habilidad.

Por otro lado, el precio mundial, no remunera suficientemente estas tareas. Según las cifras del MAPA, el precio medio percibido por el agricultor en 2006, es de 1.312 € (cifra inferior al precio objetivo marcado para la campaña 2007 en la zona del Jiloca, situado en 2.200€ (comunicación personal con el presidente de AZAJI)). A partir de las cifras de la ONU, y calculando el cociente entre valor de importaciones y cantidad importada por España, principal país importador, y entre valor de exportación y cantidad exportada por Irán, principal país exportador, se obtienen unos precios c.i.f. y f.o.b., que se sitúan en 330 y 527 \$/kg, respectivamente. Es obvio por tanto, que la producción española no es competitiva en costes en los mercados internacionales, de ahí el interés por intentar competir mediante la diferenciación y la garantía del origen.

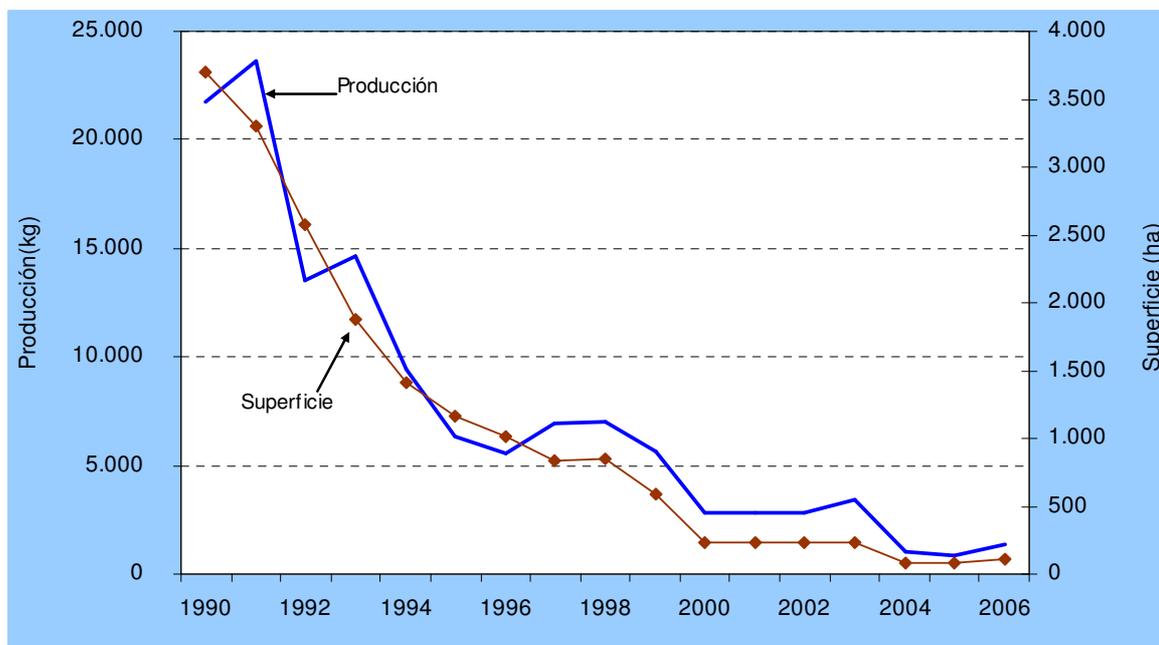
² En el procedimiento de tostado o deshidratación, se pierde en torno a tres cuartos del peso del azafrán en fresco.

Cuadro 6. Evolución de la producción española de azafrán

Años	Superficie (ha)	Rendimiento (kg/ha)	Producción (kg)	Precio medio percibido por el agricultor (€/kg)	Valor (millones de €)
1990	3.696	5,89	21.789	613	13.351
1991	3.298	7,17	23.654	530	12.543
1992	2.582	5,23	13.500	493	6.650
1993	1.878	7,80	14.642	465	6.817
1994	1.406	6,71	9.431	490	4.626
1995	1.163	5,47	6.365	563	3.585
1996	1.020	5,43	5.541	605	3.350
1997	841	8,28	6.961	604	4.202
1998	844	8,36	7.053	684	4.825
1999	591	9,61	5.681	859	4.880
2000	233	12,11	2.822	928	2.619
2001	233	12,09	2.818	996	2.807
2002	238	11,84	2.818	1171	3.301
2003	235	14,55	3.420	1213	4.150
2004	87	12,08	1.051	1307	1.374
2005	83	9,88	820	1312	1.076
2006	116	11,47	1.330	1312	1.745

Fuente: MAPA (2007).

Gráfico 5. Evolución de la superficie (ha) y producción (kg) de azafrán en España.



Fuente: Elaboración propia a partir de MAPA (2007).

Durante siglos, el cultivo de azafrán se extendió prácticamente por toda España. A lo largo de la última década, la producción ha sido irregular en la Comunidad de Murcia, mientras que en Castilla y León, y la Comunidad Valenciana, las cifras del MAPA reflejan un abandono del cultivo desde finales de los años 90 (Cuadro 7). En la actualidad, el cultivo de esta especia ha quedado circunscrito a las Comunidades Autónomas de Aragón, Castilla La Mancha y Canarias.

Cuadro 7. Evolución de la producción de azafrán por CCAA.

Año	Aragón		Castilla-La Mancha		Murcia		Canarias		Castilla-León		Comunidad Valenciana	
	Superficie (ha)	Producción (kg.)	Superficie (ha)	Producción (kg)	Superficie (ha)	Producción (kg)	Superficie (ha)	Producción (kg)	Superficie (ha)	Producción (kg)	Superficie (ha)	Producción (kg.)
1996	49	177	944	5139	----	----	3	15	17	184	6	26
1997	114	378	703	6370	1	----	3	15	17	184	3	14
1998	126	269	713	6759	----	----	4	21	----	----	1	4
1999	15	57	571	5605	----	----	3	15	2	4	----	----
2000	12	80	218	2727	----	----	3	15	----	----	----	----
2001	6	48	224	2746	----	----	3	24	----	----	----	----
2002	5	26	229	2767	1	10	3	15	----	----	----	----
2003	4	2	224	3378	1	10	6	30	----	----	----	----
2004	2	8	82	1025	----	----	3	18	----	----	----	----
2005	3	21	77	799	----	----	3	----	----	----	----	----
2006	3	12	109	1295	1	5	3	18	----	----	----	----

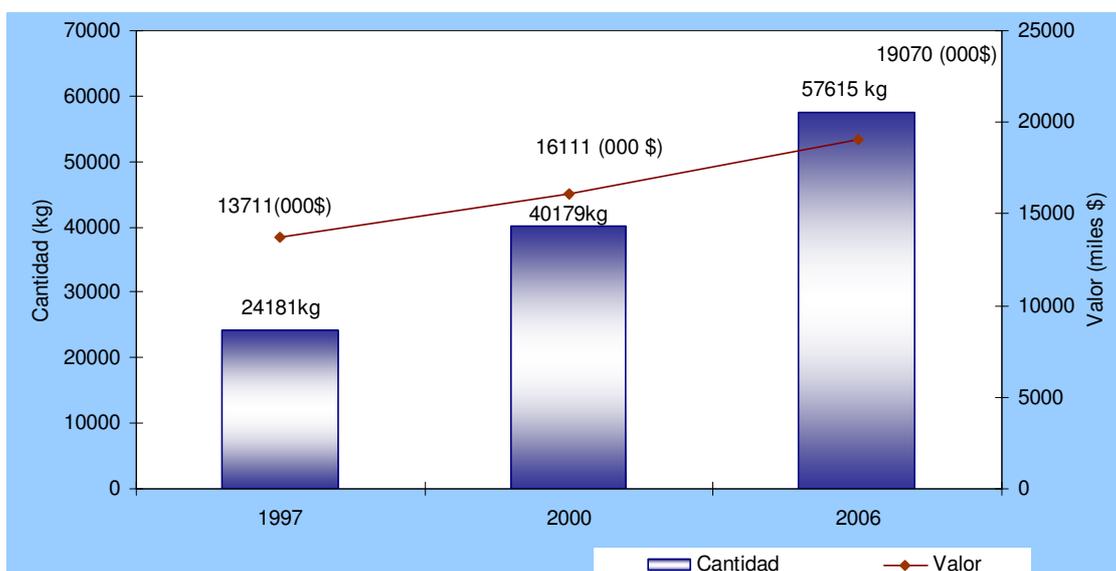
Fuente: MAPA (varios años).

2.2. Comercio exterior de azafrán en España

Como se comentó en el Capítulo 1, España tiene un protagonismo especial en el comercio mundial de azafrán, situándose en la actualidad como el principal importador, el segundo mayor exportador después de Irán, y el principal abastecedor del mercado estadounidense.

En 2006, se importaron cerca de 58 t, por un valor de 19 millones de dólares (Gráfico 6). Las importaciones, además, no han dejado de crecer en la última década, y más que se han duplicado en ese período.

Gráfico 6. Evolución de las importaciones de España (cantidad en kg y valor en miles de \$ c.i.f.)



Fuente: Elaboración propia a partir de COMTRADE (2008)

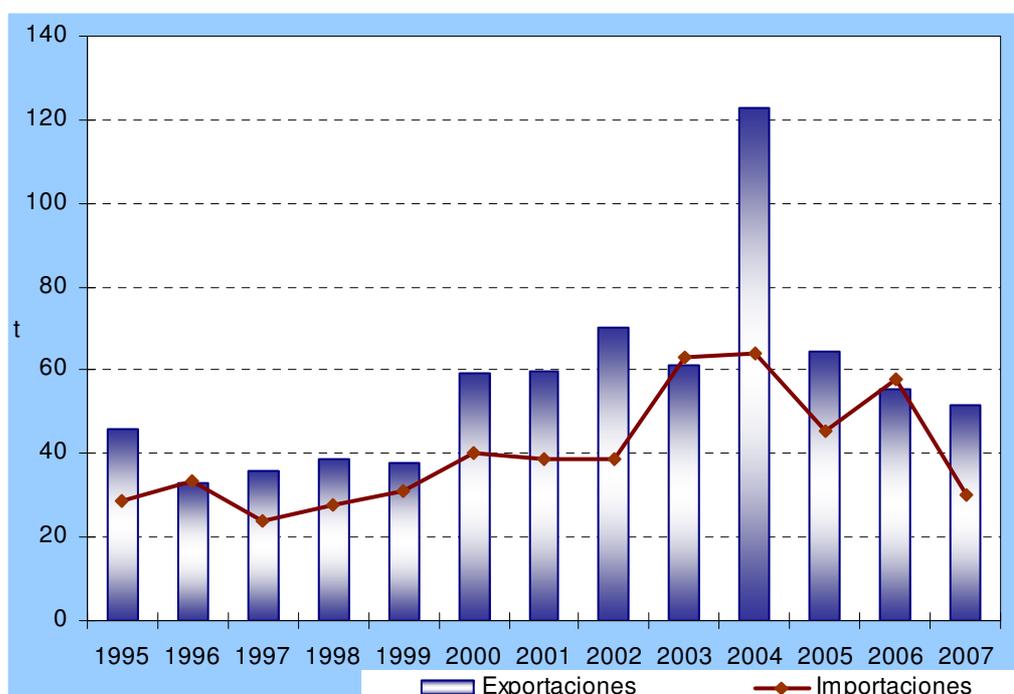
En el Gráfico 7 se muestra la evolución de las cantidades anuales exportadas e importadas, de acuerdo con DataComex, una base de datos elaborada por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Las cifras se corresponden con el código TARIC (clasificación del arancel aduanero común para territorios comunitarios) de identificación de azafrán 091020. Estas cifras son muy semejantes a las publicadas en la base de datos de la ONU COMTRADE, con la ventaja de que ofrecen un mayor nivel de desagregación, al diferenciar entre azafrán en hebra y triturado (con códigos respectivos, 09.10.20.10.00 y 09.10.20.90.00).

Aunque el comercio exterior de azafrán en España ha experimentado un incremento en la última década, tanto en términos cuantitativos como monetarios, este aumento no ha sido regular ni continuado. Como se puede observar en el Gráfico 7, las exportaciones sufrieron una bajada en 1996, situándose por debajo de las 40 t. A partir del año 2000, las exportaciones se recuperaron, alcanzándose las 60 t, y con un fuerte repunte en 2004, alcanzándose un récord

histórico (en torno a las 120 t³). En los dos últimos años, 2006 y 2007, las exportaciones han vuelto a niveles próximos a las 50 t. Las importaciones por su parte, también han sufrido fluctuaciones, prácticamente en paralelo a las exportaciones, aunque con cambios relativos menos bruscos.

La balanza comercial, sin embargo, ha mantenido un superávit significativo, en torno a los 5 millones de euros, que alcanzó un máximo de 8,7 millones en 2005 (Gráfico 8). Este hecho unido a cifras próximas de ambos flujos comerciales en términos cuantitativos (como en 1996, 2003, 2006) puede estar reflejando el coste por servicios añadidos al producto importado, tales como empaquetado, clasificación y etiquetado, que revalorizan el producto en los mercados internacionales, a los que el azafrán es re-exportado. En este sentido, las cifras confirmarían el papel empaquetador y re-exportador que el documento de Vinning (2005) y ASAJA (2004) asignan a España.

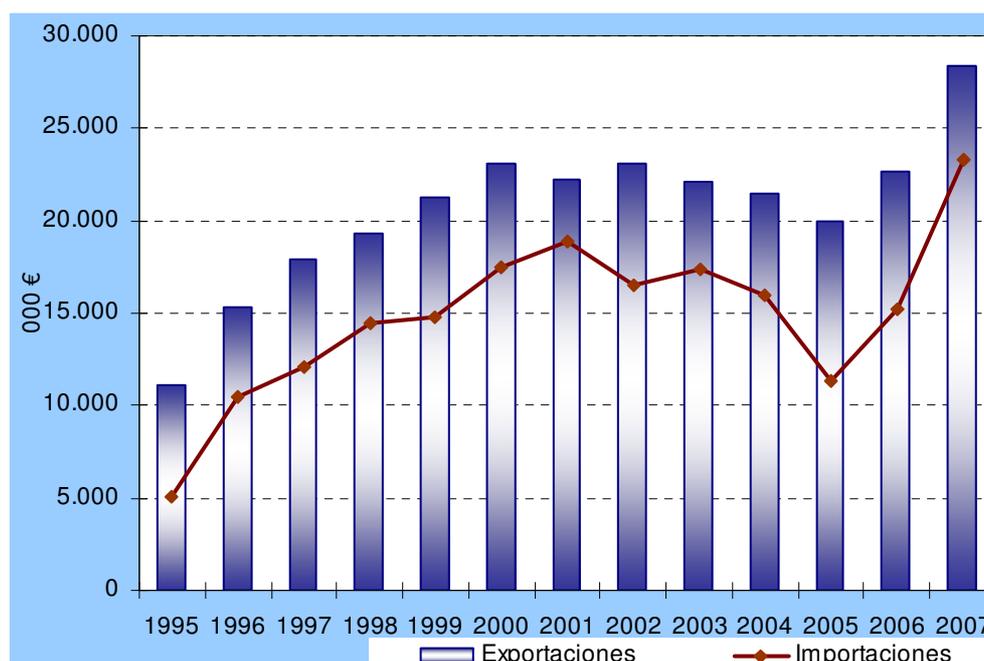
Gráfico 7. Evolución de las importaciones y exportaciones (t) de azafrán en España.



Fuente: Elaboración propia a partir de DataComex (2008)

³ Esta cifra sin embargo, no parece coherente con el volumen de importaciones, a pesar de que se ha contrastado con la base de datos de la ONU.

Gráfico 8. Evolución de las importaciones y exportaciones (miles de €) de azafrán en España.



Fuente: Elaboración propia a partir de DataComex (2008)

Cuadro 8. Principales orígenes de las importaciones de España 1997-2006 (% sobre valor c.i.f.)

	Irán	Grecia	Alemania	India
1997	84,01%	13,10%	0,75%	0,09%
2000	89,74%	9,04%	0,27%	0,03%
2006	95,41%	1,62%	1,06%	1,49%

Fuente: Elaboración propia a partir de COMTRADE (2008).

En la actualidad, más del 95% de las importaciones son iraníes (Cuadro 8), país que ha ido arrebatando cuota de mercado a Grecia, que ha pasado de representar un 13% a menos de un 2% del conjunto de importaciones españolas. La India empieza a aparecer en 2006 tímidamente como proveedor de España. En términos cuantitativos el patrón es semejante (Cuadro 9).

Cuadro 9. Principales orígenes de las importaciones de España 1997-2006 (% sobre cantidad)

	Irán	Grecia	Alemania	India
1997	83,39%	11,89%	0,74%	1,03%
2000	91,68%	7,16%	0,32%	0,01%
2006	86,83%	0,58%	1,88%	1,40%

Fuente: Elaboración propia a partir de COMTRADE (2008).

A diferencia de la procedencia de las importaciones, extremadamente concentradas en un único país, las exportaciones de España se distribuyen entre un amplio abanico de países situados en los cinco continentes. Estados Unidos es el principal destino, y representa en torno

a la cuarta parte de las exportaciones totales (Cuadro 10). En 2006, el segundo destino más relevante fue Italia, con una cuota cercana al 13%. El Reino Unido y los Emiratos Árabes Unidos, representan en torno a un 7% de la cuota de mercado. A diferencia de Italia, sin embargo, la presencia de estos países como clientes, ha sido bastante continua en el tiempo, y su peso se ha mantenido, mientras que Italia más que se ha duplicado entre 1997 y 2006. Otros países, por el contrario, han ido perdiendo peso, como por ejemplo, Arabia Saudi, que ha pasado de representar un 12% en 1997 a un 2% en 2006, o Suecia, que ha pasado de un 9 a un 3% en el mismo periodo. La irrupción de Irán en los mercados mundiales del azafrán es el responsable de este desvío de comercio (ver Cuadro 3).

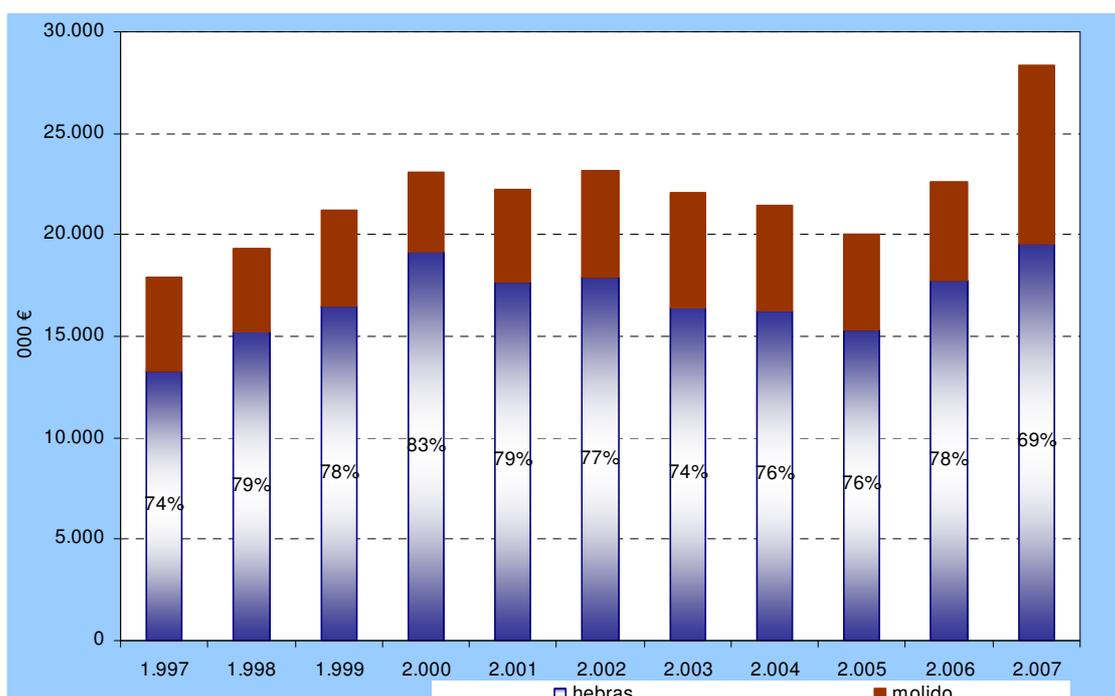
Cuadro 10. Principales destinos de las exportaciones de España 1997-2006 (% sobre valor f.o.b)

	EE.UU.	Arabia Saudi	Suecia	Otros Asia	Reino Unido	E.A.U.	Italia	Suiza	Japón	Francia	Argentina	Alemania
1997	20,6%	11,9%	9,2%	6,3%	6,1%	6,0%	5,3%	4,2%	3,7%	3,6%	3,4%	2,8%
2000	26,3%	9,6%	6,6%	7,8%	5,8%	7,7%	5,5%	4,0%	3,9%	1,9%	4,0%	1,8%
2006	21,7%	2,2%	3,0%	9,8%	7,2%	6,8%	12,7%	5,6%	5,5%	3,8%	2,8%	1,5%

Fuente: Elaboración propia a partir de COMTRADE(2008)

Del valor exportado desde España, en general más de las tres cuartas partes se corresponde con azafrán en hebra, siendo el resto azafrán molido (Gráfico 9). La mínima proporción de azafrán en hebra se alcanzó en 2007 (aunque esta cifra todavía es provisional), con un 69%, y el máximo en 2000, con el 83% de las ventas exteriores de azafrán correspondientes a la especia en hebras. Existe consenso entre los especialistas en señalar que la hebra conserva mejor las propiedades organolépticas del producto, por lo que no es de extrañar que en los mercados mundiales, predomine este formato de comercialización.

Gráfico 9. Composición de las exportaciones de azafrán: hebras y molido (miles de euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de DataComex (2008)

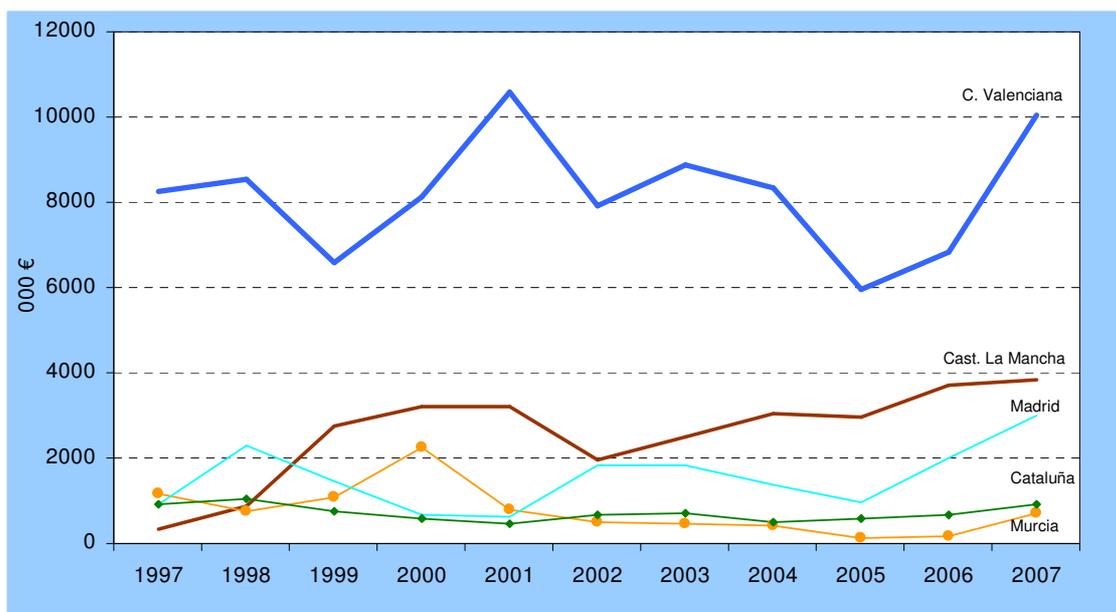
Las cifras de DataComex revelan que, EE.UU., principal cliente del azafrán de procedencia española, adquiere prácticamente la totalidad de la especia en hebras (entre un 94 y un 97%, según los años). Italia, por el contrario, compra el producto fundamentalmente molido (cerca del 90% del valor total). Asimismo, España adquiere el azafrán iraní fundamentalmente en hebras (más del 98%).

Un análisis del comercio exterior por Comunidad Autónoma, pone de relieve que no existe un paralelismo estricto entre la localización de la producción y de los territorios participantes en el comercio exterior de azafrán. La principal Comunidad Autónoma en términos de comercio exterior de azafrán es la Comunidad Valenciana, región que en la actualidad no produce azafrán, representando un 45% de las importaciones españolas y un 56% de las exportaciones, en 2006. El segundo lugar lo ocupa Castilla La Mancha, cuyas importaciones y exportaciones representan en torno a la cuarta parte del valor total comercializado por España.

En los Gráficos 10 y 11 se muestra la evolución de ambos flujos de comercio para las principales Comunidades Autónomas involucradas en comercio exterior. Las importaciones han seguido una evolución más errática que las exportaciones y, en particular, la Comunidad Valenciana, aunque mantiene su liderazgo como principal región importadora, ha sufrido severas fluctuaciones en el valor importado. Castilla la Mancha, por el contrario, mantiene una tendencia relativamente más estable al alza, en cuanto a las importaciones, en tanto que las exportaciones, han experimentado un fuerte repunte al alza en los dos últimos años, y un importante aunque de menor intensidad incremento en 2002, coincidiendo con el reconocimiento de la Denominación de Origen. Castilla la Mancha, por tanto, ha ganado

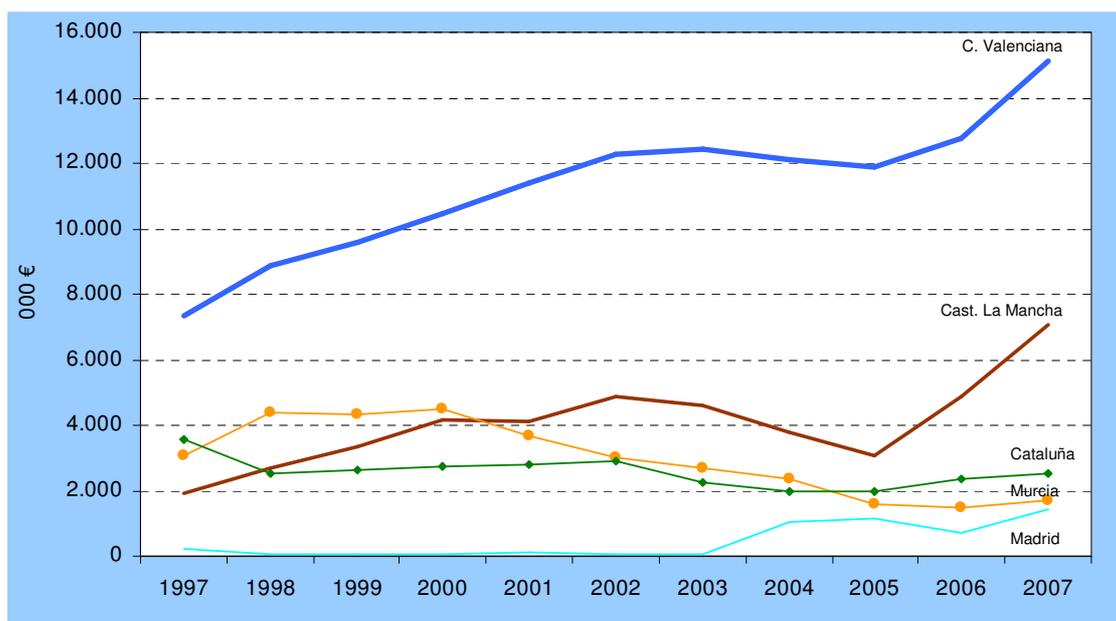
protagonismo en la última década en los mercados internacionales, mientras que otras regiones, como Murcia, han ido perdiendo peso, y otras como Cataluña, han mantenido una posición relativamente estable a lo largo de los años. Las cifras de DataComex no reflejan ninguna importación realizada por Aragón, aunque sí exportaciones por un valor de 177.000 € en 2007.

Gráfico 10. Importaciones de azafrán por Comunidad Autónoma 1997-2007 (miles de euros).



Fuente: Elaboración propia a partir de Datacomex (2008).

Gráfico 11. Exportaciones de azafrán por Comunidad Autónoma 1997-2007 (miles de euros).



Fuente: Elaboración propia a partir de Datacomex (2008).

2.3. Empresas comercializadoras de azafrán

El fuerte protagonismo que España tiene en los mercados mundiales de azafrán debe ir acompañado por una estructura empresarial, consolidada y con vocación hacia el exterior, que ha sabido utilizar el producto español probablemente como plataforma de lanzamiento hacia los mercados exteriores, pero que ante el continuado descenso en la producción nacional, ha sabido re-orientar sus activos hacia la importación y consiguiente exportación. No obstante, hay empresas que desde sus orígenes, se especializaron en la comercialización de especias importadas.

Las cifras de comercio exterior por Comunidades Autónomas son un indicador de dónde están ubicadas las principales empresas envasadoras, algunas de ellas en regiones productoras, como Castilla La Mancha, pero la mayoría, en la zona levantina.

Las empresas que tienen presencia en el mercado español, son principalmente de origen y carácter familiar, con una amplia tradición en el mercado. Asimismo, están importantes empresas internacionales como McCormick, cuya filial en Barcelona comercializa el azafrán de marca Ducros, la cual tiene una importante presencia en la gran distribución a nivel nacional.

De acuerdo con la información analizada, no se constata una presencia importante de marcas iraníes, sino más bien, marcas de origen español, que venden azafrán importado. Algunas de las marcas presentes, son las mismas con las que algunas empresas han incursionado en otros mercados, como es el caso de las marcas Carmencita y Dani. Aunque existen algunas excepciones, gran parte de estas empresas, comercializan otros condimentos y especias, siendo el azafrán una unidad de negocios más dentro de la gama que manejan. Las empresas que se dedican exclusivamente a la venta de azafrán, son por lo general empresas medianas a pequeñas y básicamente productoras.

En España la “Asociación Española de Elaboradores y Envasadores de Especias y Condimentos (AEC)” aglutina a un importante número de empresas que comercializan azafrán. En el Cuadro 11 se presenta el listado de empresas comercializadoras de azafrán asociadas a AEC, y en el Cuadro 12, las no asociadas, halladas fundamentalmente mediante la publicación Alimarket (2007). A partir de estos listados, se ha hecho una búsqueda exhaustiva en Internet para recopilar información sobre las marcas utilizadas y las políticas de marca de cada empresa.

De las empresas citadas en los Cuadros 11 y 12, un número significativo producen el azafrán que comercializan, tanto para el mercado español, como para el mercado internacional, pero algunas otras son exclusivamente importadoras, envasando el producto y volviéndolo a vender, con una etiqueta que en muchos casos incluye la referencia ‘Azafrán español’, mientras que en otros no se hace ninguna mención explícita al origen.

Hay empresas que presentan una diferenciación de marcas en función del segmento de mercado al que dirigen su producto. Tal es el caso de la empresa ‘Verdú Cantó Saffron Spain’,

la cual utiliza la marca 'Pote' en el mercado español y latinoamericano, la marca 'Syren' en el mercado de habla inglesa y árabe, y la marca 'Zaffarina' en el mercado gourmet. También existen empresas que utilizan multi-marcas para diferenciar distintas calidades o características intrínsecas. Tal es el caso de 'Bealar', que combina la comercialización de azafrán de La Mancha con Denominación de Origen (D.O.) bajo la marca 'La Rosera', y el producto sin D.O. mediante las marcas 'Belefran' y 'Bealar'. Un caso parecido es el que ofrece la empresa 'Safinter', que utiliza la marca 'Taj-Mahal' para su producto de selección orientado hacia un segmento de mercado altamente exigente, y reservan la marca 'Safinter', para su producto tradicional y/o ecológico, con envases y etiquetados también diferenciados, y la marca 'El Jardín', para un producto que presentan como más innovador.

Por otra parte, existen empresas que utilizan sus marcas para identificar un producto vendido a granel, con envases y cantidades que ajustan a los requerimientos específicos de los clientes, fundamentalmente la hostelería y la industria.

Es interesante señalar, la co-existencia entre marcas del fabricante y del distribuidor. Tal es el caso, por ejemplo, de la empresa productora de 'Carmencita', 'Proalimént Jesús Navarro', quién comercializa el 30% de sus especias con la marca de Mercadona 'Hacendado' (Alimarket, 2007).

Algunas de las empresas están muy orientadas hacia el mercado local. Así, por ejemplo, la empresa 'Azafranes La Barraca' de Alicante, distribuye sus productos principalmente en las provincias de Almería y Granada.

Otra situación observada, es la existencia de empresas que se dedican exclusivamente a comercializar azafranes de origen extranjero, de alta calidad, como es en el caso de la empresa 'Caviar Investment' especializada en productos de alta calidad de origen iraní, entre ellos el azafrán, y el caso de la empresa 'Francesc Collell', la cual importa exclusivamente azafrán indio de la región de Cachemira, y lo comercializa con la marca 'Royal Saffron'.

Cuadro 11. Empresas asociadas a la Asociación Española de Elaboradores y Envasadores de Especias y Condimentos (AEC).

EMPRESA	MARCAS	LOGOTIPO	LUGAR
ANTONIO GARCIA IÑESTA, S.L	ANTONIO GARCIA		Alicante (Comunidad Valenciana)
ANTONIO PINA DIAZ, S.L.	PINA TORERO PINAGALLI		Alicante (Comunidad Valenciana)
ANTONIO SOTOS, S.L.	SAFFROMAN (D.O.)		Albacete (Castilla-La Mancha)
C.E.A.E., S.A. Compañía Exportadora de Azafrán Español Guerrero Muñoz, S.A.	Guerrero Muñoz/CEAE		Albacete (Castilla-La Mancha)
CONSERVAS DANI, S.A.	DANI		Barcelona (Cataluña)
MCCORMICK ESPAÑA, S.A.	DUCROS		Barcelona (Cataluña)
PROALIMENT JESUS NAVARRO, S.A.	CARMENCITA		Alicante (Comunidad Valenciana)
MANUFACTURAS CEYLAN, S.L.	CEYLAN		Valencia (Comunidad Valenciana)
RAMON SABATER, S.A.	RAMON SABATER		Murcia (Comunidad de Murcia)
RIERA RABASSA, S.A.	SAFRONSA		Barcelona (Cataluña)
SAFINTER, S.A.	TAJ-MAHAL SAFINTER EL JARDIN		Barcelona (Cataluña)
VERDU CANTO – SAFFRON SPAIN, S.L.	POTE SYREN ZAFFARINA		Alicante (Comunidad Valenciana)

Fuente: Elaboración propia a partir del listado de AEC (<http://www.asociacióndeespecias.com>)

Cuadro 12. Empresas comercializadoras de azafrán en España no asociadas a AEC

EMPRESA	MARCAS	LOGOTIPO/PRESENTACIÓN	LUGAR
Agrícola y Técnica de Manipulación y Comercialización, S.L. A.T.C.M. S.L.	MOLINETA DE MINAYA PRINCESA DE MINAYA (D.O.)		Albacete (Castilla-La Mancha)
AZAFRANES MANCHEGOS, S.L.	AL – JUCAR KARKOM (D.O.)		Albacete (Castilla-La Mancha)
BEALAR, S.L.	LA ROSERA (D.O.) BELEFRÁN BEALAR		Cuenca (Castilla-La Mancha)
AZACONSA, S.L.	DELIA EL NIÑO LA MAJA		Alicante (Comunidad Valenciana)
AZAFRANES LA BARRACA, S.L.	LA BARRACA MIS NIETOS		Alicante (Comunidad Valenciana)
CAVIAR INVESTMENT, S.L.	CAVIAR INVESTMENT		Barcelona (Cataluña)
ANCESC COLLELL	ROYAL SAFFRON	<i>Royal Saffron</i>	Girona (Cataluña)
AZAFRAN DE VILAFRANCA S.A.	AVILLASA (D.O.)	<i>Producto con D.O.</i>	Palma de Mallorca (Islas Baleares)
Cía. Española Recolectora de Azafrán, S.L.	CEFRAN (D.O.)	<i>Producto con D.O.</i>	Toledo (Castilla-La Mancha)
ANTONIO VARGAS DESVIAT	EXTRALÉN		Albacete (Castilla-La Mancha)
LORD PAPRIKA, S.L.	LADY SAFFRON		Murcia (Comunidad de Murcia)
LUIS PENALVA, S.L.	CHIQUILIN		Alicante (Comunidad Valenciana)
AROMAPLANT, S.L.	AROMAPLANT		Alicante (Comunidad Valenciana)
Azafranes Vda. de Arturo Gómez Tejedor, S.L.	SALSAFRAN		Alicante (Comunidad Valenciana)
José María Gómez Mira, S.A.	EL AVIÓN		Alicante (Comunidad Valenciana)

Fuente: Elaboración propia

En el Cuadro 13 se presentan algunos indicadores económicos para aquellas empresas disponibles a través de ALIMARKET (2007).

Cuadro 13. Indicadores económicos de las empresas comercializadoras de azafrán (2006)

EMPRESA	VENTAS NETAS 2006 (millones de euros)	% VARIACIÓN VENTAS 2006/2005	EMPLEO FIJO 2006 (Nº empleados)	LUGAR
CONSERVAS DANI S.A. (GRUPO)	61	+0,3%	104	Villassar de Mar (Barcelona)
PROALIMENT JESUS NAVARRO S.A.	43.1	+10,0%	88	Novelda (Alicante)
RAMON SABATER S.A.	18	+4,9%	68	Cabezo de Torres (Murcia)
MCCORMICK ESPAÑA S.A.	16.5	-0,4%	33	Sabadell (Barcelona)
ANTONIO GARCÍA IÑESTA S.L.	6.2	+0,8%	16	Novelda (Alicante)
AZAFRANES LA BARRACA S.L.	6.2	-1,1%	48	Novelda (Alicante)
VERDU CANTO SAFFRON SPAIN S.L.	6	+3,4%	32	Novelda (Alicante)
ANTONIO PINA DIAZ S.L.	4.5	+25%	30	Novelda (Alicante)
FELIX REVERTE S.A.	3.9	+2,5%	19	Librilla (Murcia)
SAFINTER S.A.	2.9	+0%	15	Barcelona
MANUEL ROMERO DE AVILA RAMIREZ S.A.	2.8	-0,1%	24	Albacete
AL-HAMA SPAIN S.L.	2.2	+2,9%	5	San Ginés (Murcia)
ANTONIO SOTOS S.L.	2.2	+0%	8	Albacete

Fuente: ALIMARKET (2007)

ALIMARKET clasifica a las empresas comercializadoras y/o envasadoras de azafrán dentro del rubro "Vinagres, salsas y condimentos". Esta base de datos recoge un total de 90 empresas en este grupo, de las cuales 13 comercializan y/o envasan azafrán (Cuadro 13). A su vez, tan sólo 5 de estas 13 empresas se dedican en exclusiva a esta especia. Las empresas de mayor dimensión, 'Conservas Dani' y 'Proaliment Jesús Navarro', tienen líneas de negocio adicionales en otros sectores. Entre las empresas especializadas en azafrán, la de mayor tamaño es 'Antonio García Iñesta' con unas ventas en crecimiento, que en 2006 alcanzaron los 6,2 millones de euros. Asimismo, esta empresa ocupó a 16 personas de forma fija en 2006. Las cuatro empresas restantes especializadas en azafrán son 'Safinter', 'Manuel Romero de Ávila Ramirez', 'Al-Hama Spain' y 'Antonio Sotos'. Sus ventas se situaron entre 2,2 y 2,9 millones de euros en 2006, y dieron empleo a un total de 52 personas de forma estable. Dos están situadas en Castilla la Mancha, una en Murcia y otra en Barcelona. La empresa que experimentó un mayor crecimiento de sus ventas es la localizada en Murcia, 'Al-Hama Spain', con un crecimiento del 2,9%, y especializada en la exportación a países árabes. Las empresas del sector que experimentaron un crecimiento significativo en sus ventas entre 2005 y 2006, salvo la excepción citada, se concentran en aquellas que disponen de más líneas de negocio, bien

dentro de la rama de las especias y condimentos (p.ej. 'Antonio Pina Diaz', 'Verdú Cantó') o incluso que están más diversificadas, incorporando líneas de negocio fuera del sector (ej. Proaliment).

2.4. Denominaciones de Origen de azafrán

La política de calidad de la UE regula y protege especialidades locales, cuya calidad y reputación están intrínsecamente unidas a las características propias del territorio en que se producen, o al uso de materias primas y técnicas productivas, propias de un ámbito territorial concreto. En España, al igual que en otros países mediterráneos como Francia o Italia, la protección del origen como un medio de identificar a un producto alimentario, data de principios del siglo XX, cuando se iniciaron las primeras Denominaciones de Origen en el sector vinícola. Posteriormente, la política se fue ampliando para acoger a todo tipo de alimento, y a partir de 1992 experimentó un fuerte impulso gracias a la legislación implantada por la UE. Esta regulación europea, distingue entre tres figuras de protección y certificación: la Denominación de Origen Protegida (D.O.P.), la Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.) y la Especialidad Tradicional Garantizada (E.T.G.). Tanto la D.O.P. como la I.G.P. se definen como el nombre de una región o lugar específico, que describe a un producto agroalimentario originario de ese lugar, que posee unas características específicas, en términos de calidad y reputación, que se deben esencial o exclusivamente a los condicionantes naturales y humanos de ese entorno geográfico. La principal diferencia entre ambas certificaciones radica en que mientras la D.O.P. exige que todas las fases de producción, elaboración y envasado, se lleven a cabo en el lugar que sirve para identificar el producto, la I.G.P. tan sólo exige que alguna de estas fases efectivamente tenga lugar en ese territorio. La E.T.G. no establece un vínculo tan estrecho con el territorio, sino más bien con la especificidad y tradición en el uso de las materias primas y técnicas de elaboración.

El objetivo de estas figuras de certificación es promover y proteger la diversidad alimentaria, comunicando y garantizando el verdadero origen de los productos agroalimentarios a los consumidores, evitando por tanto imitaciones que generan una competencia desleal a los productores que, en definitiva, perjudicaría a ambos agentes económicos.

Actualmente, existen cuatro Denominaciones de Origen para el azafrán en la Unión Europea: "Azafran Krokos Kozanis" en Grecia, "Zafferano del'Aquila" y D.O.P. "Zafferano di San Gimignano" en Italia, ambos reconocidos en 2005; y "Azafrán de La Mancha" en España, reconocido en 1999 (Figura 1). También existen otras zonas que han presentado la solicitud para el reconocimiento del origen de sus azafranes, como es el caso de los italianos "Zafferano di Sardegna" y "Zafferano delle Colline Fiorentine", y el suizo "Safrandorf Mund". A su vez, hay otras zonas que alegan la tradición y calidad de su producción, como es el "Azafrán del Jiloca" aragonés.

Figura 1. Logotipo de la Denominación de Origen Protegida Azafrán de La Mancha.



Fuente: www.doazafrandelamancha.com

Existen seis empresas registradas autorizadas a producir bajo la denominación de “Azafrán de La Mancha”, cada una de ellas con una marca propia que se añade a la marca genérica que aporta en sí misma la D.O.P. (Cuadro 14).

Cuadro 14. Empresas certificadas para comercializar D.O.P. “Azafrán de La Mancha”.

Empresa Certificadas	Marca Registrada
Cía. Española Recolectora de Azafrán, S.L	Cefran
Antonio Sotos, S.L.	Saffroman
Azafrán de Villafranca, S.A.	Avillasa
Bealar, S.L.	La Rosera
Azafranes Manchegos, S.L.	Karkom
Agrícola Técnica de Manipulación y Comercialización, S.L.	Princesa de Minaya

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 15. Evolución de la producción y comercialización de la D.O.P. Azafrán de La Mancha.

Año	Superficie inscrita (ha)	Producción Protegida (kg)	Secaderos/Molinos /Instalaciones	Industrias envasadoras	% Producción comercializada en:	
					España	UE
2001	32	243	215	6	62,2%	1,7%
2002	67	345	303	7	52,9%	4,7%
2003	---	310*	---	---	93,5%	3,2%
2004	---	350*	---	---	88,6%	5,7%
2005	78	425	---	---	100%	0%
2006	83	281	414	6	67,6%	7,5%

* Cifra de producción 'comercializada'. No disponible 'producción protegida'

Fuente: MAPA (varios años)

Desde el reconocimiento de la D.O.P. Azafrán de La Mancha la superficie inscrita ha aumentado notablemente, pasándose de 32 ha en 2001 a 83 ha en 2006 (Cuadro 15). Aunque el número de industrias envasadoras registradas ha permanecido estable en el período, el número de instalaciones, secadores o molinos, prácticamente se ha duplicado. El volumen de producción de azafrán protegido mediante la Denominación de Origen, sin embargo, ha fluctuado en los últimos años. En 2006, se contabilizó la producción de 281 kg, 38 kg más que en 2001, pero cifra bastante inferior a la registrada en el año previo. Es interesante resaltar que en 2006, la producción recolectada en superficie inscrita en la D.O.P., fue de 677 kg según las cifras del MAPA. Esto significaría que en ese año, tan sólo un 41% de la cantidad producida se comercializó con la enseña de la Denominación de Origen Azafrán de La Mancha.

El azafrán de la Mancha con D.O.P. se comercializa fundamentalmente en el mercado español. Así, en 2006, el mercado interno representó un 68% del total comercializado, porcentaje intermedio entre las cuotas de mercado registradas en años anteriores. Las cifras sin embargo no muestran una tendencia clara. Es decir, no se detecta que haya una tendencia hacia la internacionalización de las ventas ni lo contrario. Por ejemplo, en períodos previos, como 2001 ó 2002, el porcentaje de producción comercializado en el mercado doméstico fue inferior al de 2006 (un 62 y 53%, respectivamente). Países de la Unión Europea constituyen el segundo destino de las ventas del azafrán D.O.P. La Mancha, con porcentajes que fluctúan entre nada (en 2005, cuando toda la producción se destinó al mercado doméstico), y un 7,5% alcanzado en el último año disponible.

Capítulo 3

Conclusiones

Históricamente, el azafrán español ha sido reconocido por su elevada calidad. Poco se ha avanzado en el terreno de la mecanización y las labores de recolección y mondado que siguen siendo manuales, y concentradas en unos pocos días. Se trata de un cultivo, por tanto, altamente intensivo en mano de obra, un factor productivo cada vez menos disponible, especialmente, cuando se requiere en un período muy corto de tiempo, además de precisarse de cierto grado de especialización para poder extraer la flor sin dañar la planta, y los estigmas en sus condiciones más óptimas. Por ello, no es sorprendente que la superficie destinada al cultivo de azafrán y la producción no haya dejado de disminuir en España a lo largo de los últimos 10 años, circunscribiéndose en la actualidad, fundamentalmente, a Castilla la Mancha, Canarias y Aragón. A estos condicionantes internos, hay que añadir la irrupción en los mercados internacionales de países como Irán, altamente competitivos en costes.

Ahora bien, España es un actor fundamental en el mercado mundial del azafrán, al ser el principal importador de la especia, junto con EE.UU., y el segundo mayor exportador, después de Irán. Las empresas españolas, aunque de escasa dimensión en la mayoría de los casos, en particular las que incluyen como única línea de negocio el azafrán, están lo suficientemente consolidadas y tienen las redes comerciales adecuadas, como para canalizar un porcentaje muy significativo del valor mundial comercializado.

La escasa producción de azafrán español y la creciente demanda que el mercado internacional presenta, sobretodo el norteamericano, ha llevado a los empresarios españoles a realizar una triangulación en la comercialización del azafrán. Es decir, compran el azafrán de países como Irán y otros, para posteriormente envasarlo y exportarlo bajo el amparo de una marca nacional.

Los intensos flujos de comercio exterior de España, al tiempo que posiciona la industria española a la vanguardia del comercio mundial, cuestiona la identidad del azafrán español. En ausencia de una regulación estricta sobre la identificación del origen y su aplicación, puede existir un elevado grado de confusión entre la procedencia del *commodity* o el cultivo, y el producto final, ya envasado. En este sentido, es posible que el azafrán español esté perdiendo identidad e imagen, al ser confundido con el azafrán comercializado desde España, pero cuyo origen, es fundamentalmente iraní.

La certificación a través de una Denominación de Origen, al garantizar la procedencia del cultivo, permitiría identificar y consolidar al azafrán español como un producto diferenciado, con unos estándares de calidad y pureza superiores, de acuerdo a la reputación adquirida. Castilla la Mancha ha iniciado esta andadura, con el reconocimiento de la Denominación de Origen Protegida (D.O.P.) Azafrán de La Mancha en 1999 por parte de la Unión Europea. Posteriormente le han seguido los pasos dos azafranes italianos y uno griego, y es de esperar,

que en la segunda zona productora de España, El Jiloca en Aragón, sigan este ejemplo. La D.O.P. Azafrán de La Mancha ha experimentado un aumento tímido en la superficie inscrita así como de la producción, lo que parece apuntar, por tanto, hacia una tenue recuperación del cultivo.

Bibliografía

- Alimarket (2007). Informe anual alimentación no perecedera.
- ASAJA (2004). Informe sobre la situación del azafrán. Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores. <http://asajaclm.org/documentos/azafran.doc>.
- Ávila G.J. (1999). *Historia del azafrán*. Ediciones Zendera Zariquiey.
- COMTRADE (2008). United Nations Commodity Trade Statistics Database. Statistics Division. <http://comtrade.un.org/>
- Datacomex (2008). Estadísticas del Comercio Exterior. Secretaría de Estado de Turismo y Comercio. <http://datacomex.comercio.es>
- Farzam K., Fathi H., Hemmassian A., Mirzaeeian H., Shhoshtarian H., Danshvar M. (2004). "The Case Study of The Islamic Republic of Iran". Workshop on Geographic Indicators for Agricultural and Food. Products in the Near East and North Africa Region. Agropolis International, Montpellier (France).
- Libro Blanco del Azafrán (2007). *Azafrán en Europa. Problemas y estrategias para valorizar la calidad y mejorar la competitividad*. ISBN: 978-960-8092-54-9.
- MAPA (2007). *Anuario de Estadística Agroalimentaria y Pesquera*. Secretaría General Técnica. Subdirección General de Estadísticas Agroalimentarias. Madrid.
- MAPA (varios años). Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas (D.O.P.) e Indicaciones Geográficas Protegidas (I.G.P.) de Productos Agroalimentarios. Años 2001, 2002, 2003 y 2004, 2005, 2006. Subdirección General de Calidad y Promoción Agroalimentaria. Dirección General de Industria Agroalimentaria y Alimentación.
- Vinning G. (2005). Saffron: issues on international marketing. SNV, Thimphu, Kingdom of Bhutan. www.trade.gov.bt/administration/mktbriefs/12.pdf



011804

