

# Alcoaxarquía conquista Europa con el aguacate 'bio' los doce meses del año

Garantizar aguacate ecológico de máxima calidad en el lineal del supermercado los 365 días del año parecía una utopía agronómica. Para Alcoaxarquía es el eje de su modelo de negocio.

**C**on 17 años de trayectoria, la firma se ha consolidado como el mayor productor y comercializador de aguacate bio a nivel mundial bajo una premisa innegociable: comercializar únicamente aquello que ellos mismos producen.

El proyecto nació en 2004, cuando su fundador, José Antonio Alconchel, veterano del comercio hortofrutícola con más de medio siglo de experiencia, decidió dar un giro radical a su carrera. "Quise parar y cambiar la filosofía de producción y consumo, desmarcándonos de la química. La propia tierra ya ofrece recursos suficientes para lograr sabor y calidad", subraya el directivo.

El reto residía en la estacionalidad. La campaña española apenas cubre entre cuatro y cinco meses al año. Para evitar lagunas de suministro sin recurrir a compras impersonales a terceros, Alcoaxarquía extendió sus cultivos a Perú y República Dominicana. Así combinan ventanas de cosecha que aseguran el abastecimiento continuo con idénticos estándares técnicos y organolépticos. "No traemos de fuera cuando hay producto en España; aplicamos el mismo know-how en ambos continentes", detalla.

## ÉXITO INTERNACIONAL

Paradójicamente, el éxito de la compañía se ha fraguado lejos de nuestras fronteras. Mercados exigentes como Alemania, Francia, Reino Unido, Países Bajos, Polonia y los países nórdicos absorben



José Antonio Alconchel



el grueso de sus cosechas, cautivados por una fidelidad que nace de la homogeneidad: "En Europa el cliente sabe que la fruta siempre saldrá buena. Si compras un producto y dos veces sale bien pero las dos siguientes mal, dejas de consumirlo", cuenta Alconchel.

En España, en cambio, la penetración avanza con lentitud. El CEO de Alcoaxarquía apunta a una doble causa: el déficit comunicativo hacia el comprador y la escasa sensibilidad de la gran distribución local, que relega el producto ecológico a un papel residual y con calidades irregulares procedentes de terceros países. Además, desmitifica la brecha de costes: "Hace una década la diferencia era abismal; hoy, gracias a los

**La compañía malagueña lidera la producción ecológica mundial con su modelo de fincas propias y anima a la gran distribución nacional a apostar por la calidad constante**

avances técnicos y al empleo de biotecnología del suelo para activar microorganismos y raíces, la brecha de coste real en campo no supera el 30%. Sin embargo, en el lineal se llega a inflar más de un 100%."

Lejos de frenar, la compañía mantiene una hoja de ruta centrada en la reinversión total de sus beneficios en nuevas fincas y tecnología agrícola para mitigar el cambio climático. Ahora, su meta es conquistar al consumidor nacional y demostrar que el aguacate ecológico español puede liderar en casa con la misma fuerza que en el resto del continente.

**Más información**  
alcoaxarquia.com