



Ferias

### El análisis de Cajamar

## Análisis a la horticultura de Almería

- El informe Cajamar presentado en la Expo Agro destaca el uso de métodos de lucha biológica para el control de las plagas en los invernaderos como el hecho más relevante del año.

#### Redacción

ppt@ediho.es

Las hortalizas de Almería representan más del 30% de la producción final agraria de Andalucía; el aceite de oliva, otro 30%. Las reflexiones presentadas durante el acto de presentación del informe Cajamar, durante Expo Agro Almería, señalan que por ahora el tomate es la clave y la horticultura el pilar fundamental de la actividad económica de Al-

mería, una fortaleza sobre la que descansa el conjunto de la industria hortícola, las llamadas empresas auxiliares de tecnología, servicios y el comercio de los frutos.

En las conclusiones del citado informe sus autores llaman la atención de que a partir de ahora serán determinantes las nuevas inversiones para producir hortalizas de las formas más eficaces posibles, lo que significará menor superficie y un consumo mayor de tecnología. La horticultura de Almería requerirá mayores

conocimientos de los productores para participar en la competencia actual entre las cadenas comerciales que actúan en la distribución europea de alimentos. En el sector agroalimentario de los productos naturales, sin transformar, a la pregunta de ¿quién ha ganado la batalla entre productores y distribuidores de alimentos? la respuesta es que las mayores ganancias se las lleva la "distribución organizada". En el análisis del informe Cajamar los ponentes llaman la atención sobre la moderniza-

ción del "nuevo canal" HoReCa, hostelería, restauración y catering, que por ahora ya recoge más de la tercera parte del gasto alimentario que hacemos los consumidores europeos.

### En la actual campaña, la lucha biológica es el principal éxito de Almería

En Almería, el hecho reciente más significativo es la adopción de los métodos de lucha biológica, sobre todo para suprimir tratamientos a plagas en las plantas de pimiento. El ejemplar comportamiento de los agricultores almerienses ha supuesto una recuperación de la confianza y de la autoestima de los productores hortícolas de la región. Se citan 11.440 las hectáreas que están utilizando métodos de lucha biológica, la mayoría pimiento, y se espera que este año se alcancen las 20.000 hectáreas, lo que signifi-



**La Expo Agro Almería en sus últimas ediciones recoge un compromiso de administraciones de Andalucía y organizaciones profesionales de la horticultura andaluza en utilizar la feria como plataforma técnica para los productores de frutas y hortalizas en cultivos intensivos.**

fica que las  $\frac{3}{4}$  partes de los invernaderos de Almería utilizarán prácticas agrícolas que minimizan el uso de fitosanitarios químicos.

Hortyfruta, Interprofesional Andaluza de Frutas y Hortalizas es otra iniciativa destacada para la cooperación y unificación de criterios del desarrollo hortícola en Almería, provincia en que solo las hortalizas representan el 18% de la producción final agraria de Andalucía.

### **Crisis en 2008: ¿qué crisis?**

El informe de la campaña hortofrutícola de Almería publicado como cada año por Cajamar señala que la producción actual alcanza a 2.951 mil toneladas, con un valor de 1.463 millones de euros. Actualmente los costes de producción están influidos por los procesos de cambio hacia prácticas de producción biológica que ha modificado la forma tradicional del cultivo en invernadero en Almería.

La mitad de las hortalizas de Almería (el 55,4%) se

exportan; una cuarta parte a Alemania (25,4%). Francia y Holanda disminuyen el porcentaje de compras. Los datos de ventas por país pudieran ser indicadores de que las empresas de Almería venden más directamente a los mayoristas y distribuidores en mercados de destino, perdiendo por tanto importancia plataformas tradicionales como las de Perpignan y organizaciones de mayoristas cercanos al puerto de Rotterdam. El tomate mantiene la hegemonía como hortaliza principal, con un 29% de la exportación.

---

**Las reflexiones presentadas durante el acto de presentación del informe Cajamar, durante Expo Agro Almería, señalan que por ahora el tomate es la clave y la horticultura el pilar fundamental de la actividad económica de Almería**

---

Una de las conclusiones del informe de Cajamar es que se evidencian comportamientos de “sobreproducción en todas las hortalizas”

Respecto a los vendedores, ya no es el futuro lo que hemos de observar –señala el documento de Cajamar– pues en el presente la batalla ya ha sido ganada por la gran distribución que opera a nivel internacional y que no cesa de aumentar en tamaño. Como novedad, cada vez se visualizan más oportunidades de negocio en el canal HoReCa. Los españoles, en su conjunto, llevan a cabo un 30% de su gasto alimentario en comidas fuera de casa.

El perfil de los compradores, los consumidores actuales, y, por tanto, de los alimentos y formatos que compran, está cambiando. En este sentido, los hábitos de alimentación de los consumidores europeos se están vinculando a las necesidades de tiempo, al

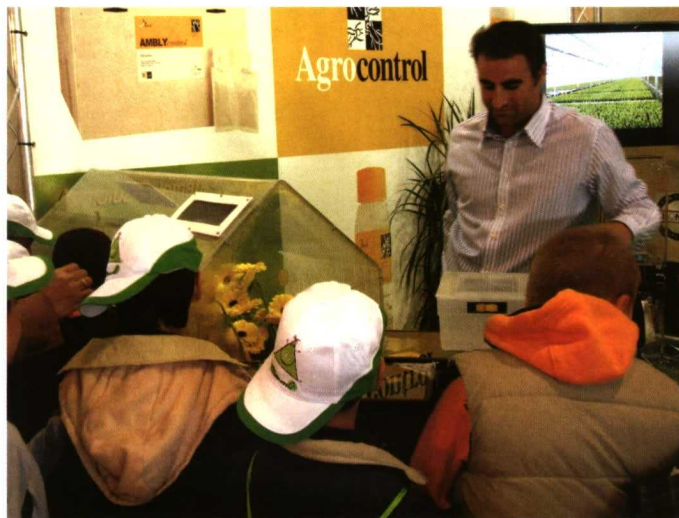


tamaño de la unidad familiar, a la edad media o al nivel de renta. Todos estos condicionantes determinarán no solo los productos demandados sino la forma en que se concretarán esas demandas: presentación, tamaño de los frutos, grados de preparación para el consumo (tamaño de envasado, preparados IV y V gama...), etc.

La proliferación de normativas de calidad complica la burocracia de la certificación exigida por las modernas empresas distribuidoras de alimentos. Esta proliferación de normas, en el caso de los productos en fresco, perjudica a los productores. La superficie certificada en Almería por la Norma 155.000 en frutas y hortalizas era de 12.712 ha. Si esta superficie se añade a la certificada por Global – Gap Naturane, supone el 50% del total de invernaderos de la región.

### Datos de ingresos y costes

La estabilidad de la superficie de cultivo, así como las cifras de producción, llevan a pensar que no se han producido cambios significativos en el empleo hortícola en Almería. Aún así, siguen presentes las dificultades de los agricultores para cubrir sus



necesidades de trabajadores en las tareas del invernadero. Lo que se ve venir es que la mejora de los equipamientos del invernadero, la capitalización de las explotaciones y las innovaciones en las técnicas de culti-

vo requerirán una mayor especialización de los trabajadores hortícolas.

De la estructura de costes de las producciones hortícolas de invernaderos en Almería la Fundación Cajamar cita como

**El estudio señala que las peculiaridades de la agricultura de invernadero es la presencia de un notable grado de tecnificación y unas elevadas dotaciones de capital, y estos factores hacen que su estructura de costes difiera de las agriculturas tradicionales y se asemeje a la de una actividad secundaria**

*Decenas de ejemplos de hortalizas mínimamente procesadas. Estas opciones de comercio significan opciones valiosas de la poscosecha moderna*

*Menos de la mitad del comercio de frutas y hortalizas de Almería es para el consumo de los españoles, la mayor parte de las ventas van a mercados exteriores.*

*Los mayores aumentos de costos de la campaña hortícola de Almería son los fertilizantes*

los principales factores de gastos corrientes a la mano de obra, con el 36,6% del gasto; las semillas y plántulas, con el 7,5%; los fertilizantes con el 8,8% y a los servicios con el 10,9. El conjunto de equipamientos para amortizar significan el 23% del gasto de un cultivo y los conceptos que se valoran son el sustrato, el invernadero, estructura y plástico, riego, embalse etc. . Una media actualizada del total del gasto por hectárea de invernadero podría cifrarse en 58.048 euros.

El estudio de Cajamar que se publica cada año no deja de señalar que las peculiaridades de la agricultura de invernadero –también otras de



*La horticultura es el un pilar fundamental de la economía de Almería. Presentación del informe Cajamar durante la Expo Agro Almería. Martín Soler, Consejero de Agricultura de la Junta de Andalucía, Juan del Águila Molina presidente de la Fundación Cajamar y Jerónimo Molina, redactor del informe.*

En pimiento también bajan las plantaciones, un 14% y la sandía y el melón tienen retrocesos del 11 y 3%. Los programas de plantaciones que recogen a su favor estas disminuciones de la superficie plantada son el “tomate de otoño”, pepino, berenjena y calabacín.

A pesar del descenso que se ha producido en pimiento la

productividad en este cultivo ha mejorado debido al empleo de las técnicas de control biológico.

En algunas informaciones de carácter económico del comercio de frutas y hortalizas de Almería se sostiene el criterio de que “el comportamiento de los precios medios es inversamente proporcional a las cantidades producidas”. Por ejemplo, bajan las plantaciones de pimiento y el precio medio mejora en porcentajes de casi el 20% citan algunos estudios, y, a la inversa, aumentan las plantaciones de tomates y el precio medio sufre caídas de un 12%. Parecería que el mercado es solo de oferta y demanda y que quienes ostentan las decisiones sobre el precio sean solo los compradores. Si esto es así, parece que pudieran haber oportunidades por descubrir en la promoción y en la eficiencia comercial de la cadena de suministro hortícola, por parte de los productores de Almería.

En las ventas de hortalizas de Almería en los mercados norteeuropeos, el tomate continúa con su liderazgo, con 470 mil de toneladas con un valor de 340 millones de euros. Según los datos del informe Cajamar, le si-

la horticultura intensiva moderna es la presencia de un notable grado de tecnificación y unas elevadas dotaciones de capital, y estos factores hacen que su estructura de costes difiera de las agriculturas tradicionales y se asemeje a la de una actividad secundaria. Ese es el motivo por el cual en esta revista se utiliza el término “industria hortícola” para denominar al conjunto de este sector económico.

La superficie de producción de invernaderos en Almería está estabilizada en torno a las 26.500 hectáreas. En cambio tienen variaciones la distribución de los cultivos por especies. La judía continúa con su

tendencia descendente observada ya desde hace algunos años; el último con una caída de superficie del 28% lo que supone una merma del 68% en las últimas 5 campañas.

**El perfil de los compradores, los consumidores actuales y por tanto, de los alimentos y formatos que compran, está cambiando. Los hábitos de alimentación de los consumidores europeos se están vinculando a las necesidades de tiempo, al tamaño de la unidad familiar, a la edad media o al nivel de renta**



que el pimiento que vende 287 mil toneladas, generando la campaña pasada unos ingresos de 341 millones de euros. El pepino es la tercera hortaliza tanto en volumen como en valor y Almería vende 180 mil toneladas de calabacín con un valor de 131 millones de euros.

El melón de primavera de Almería experimenta desde hace varios años la competencia con la producción de Brasil y Centroamérica, que se comercializa en todo el mundo. La sandía muestra volúmenes de producción estables y en el comercio hay una oferta de marcas certificadas respaldadas por grupos de productores como la Bouquet o Fashion.

Alemania es el principal destino de los envíos españoles de frutas y hortalizas, lo es también de las de Almería, le siguen en esta clasificación de países compradores Francia, Holanda y el Reino Unido.

#### **El corredor verde (\*)**

La judía verde pierde competitividad y el único país proveedor de hortalizas en Europa

*Mallas y plásticos amplían los surtidos que precisan los productores para controlar luz y clima, junto a otras necesidades antigranizos para frutales, acolchados, etc.*

*La monitorización de la fertirrigación y del control de clima es una de las opciones de modernización que tienen mayor interés para los cultivos en invernaderos.*

que logra mejorar sus ingresos con esta hortaliza es Kenia.

Los tomates de Almería aumentan en tonelaje y en ingresos globales si bien a costa de perder valor en el precio unitario percibido por los productores. Hay países extracomunitarios que juegan un importante rol en el aprovisionamiento de Europa; Marruecos y Turquía, son los principales.

En las últimas campañas se viene observando un fenómeno muy interesante, revela el informe Cajamar, y resalta

que seguramente seguirá ganando peso en los próximos años. Se trata de la redistribución en el mercado interior de España y hacia la Europa de los 27, de las hortalizas provenientes de terceros países que utilizan los canales comerciales de las propias empresas comercializadoras españolas. En Almería aún no se alcanza un volumen demasiado importante en este comercio, dice el informe Cajamar, a excepción de la judía verde cuya producción local está siendo sustituida por la de terceros países. Al caso de las judías se le añaden por ahora pequeños porcentajes de melón, tomate y calabacín. El caso de la judía verde es un claro ejemplo de sustitución de "producción propia" por "comercio de especialistas". Otros de los ejemplos de sustitución es el de los melones provenientes de Centroamérica y Brasil. En este sentido se puede analizar a la producción de tomate que creció en Almería un 7% mientras la exportación lo hace al 10% lo que pudiera hacer pensar que hay, desde Almería, reexpediciones de tomates provenientes de países terceros.

(\*) "Corredor verde" es un término acuñado por la horticultura italiana para determinar una estrategia de colaboración entre empresas, organizaciones comerciales y otras relacionadas con el conocimiento, para promover acuerdos que faciliten que los productos hortofrutícolas del norte de África, preferentemente de la ribera Mediterránea, utilicen la ruta italiana para llegar a los mercados centroeuropeos.

**En las ventas de hortalizas de Almería en los mercados norteeuropeos, el tomate continúa con su liderazgo, con 470 mil de toneladas con un valor de 340 millones de euros**

#### **Para saber más...**

Puede encontrar otros artículos relacionados en Plataforma Horticom:  
- "Almería, una horticultura moderna", [www.horticom.com?69761.com](http://www.horticom.com?69761.com)