



Situación del sector hortofrutícola almeriense

Control biológico de enfermedades mediante residuos compostados

La necesidad de cuantificar la sostenibilidad de los invernaderos

Bioseguridad a través del agua de riego en la horticultura protegida

Almería es la primera provincia española por su producción final agraria, con un valor de más de 2.000 millones de euros. En los últimos diez años, ésta se ha triplicado; en algunos períodos la renta agraria creció el doble que la andaluza y cuatro veces más que la española. Sin embargo, a pesar de que la producción se ha incrementado en un 10% en la campaña 2005-2006, con respecto a la anterior, se trata de una mala campaña, dado que los ingresos en origen han caído un 12%.

Francisco José Martínez Serrano. Director General del Comité de Gestión de Cítricos.

Dos factores son los que contribuyen a la alta productividad de la agricultura almeriense. Por un lado, la superficie de invernadero permite más de una cosecha por campaña (rotación de 1,7). Por otro, los rendimientos medios se han duplicado en los últimos veinticinco años. Por término medio, una hectárea de invernaderos ocupa a 350 jornales al año, generando en total en Almería 12 millones de jornales. Además, la industria auxiliar emplea a 14.000 personas.

Almería es la provincia donde el agua alcanza la máxima productividad económica y social. La productividad bruta del agua en Almería es superior a 3,61 euros/m³, cuatro veces superior a lo que genera la misma gota de agua como media en Andalucía. Para crear un empleo adicional en los invernaderos de Almería, se precisa cien veces menos agua que en los cultivos extensivos.

INTRODUCCIÓN



de los sistemas administrativos de control y de las normas en que se basan, y por otro, la importancia de una política de calidad empresarial que garantice fiabilidad y seguridad en los alimentos.

Diez años más tarde podemos afirmar rotundamente que una gran parte de la producción hortofrutícola almeriense (en torno al 60% aproximadamente) ha sabido responder a estas exigencias de los mercados certificando sus producciones y es referente nacional en cuanto a producto hortícola certificado.

Sin embargo, actualmente se plantea el reto de no sólo certificar todas las producciones hortofrutícolas, sino también certificar simultáneamente según diferentes protocolos de calidad, con especificaciones y condiciones diferentes que responden más a políticas comerciales que a políticas de seguridad y calidad agroalimentaria. Por lo tanto, una vez más se pone a prueba la capacidad de respuesta

de la oferta hortofrutícola almeriense frente a las exigencias del mercado.

El sector hortofrutícola de Almería ha sabido responder a las demandas de los consumidores con distintas fórmulas de garantías de calidad. En esta campaña hortofrutícola 2006-2007, se cumplen diez años de exigencias de certificados de calidad para las exportaciones de los productos hortofrutícolas españoles. En 1996 existían pocos productos hortofrutícolas que llegaran certificados a Europa y se realizaban a través de protocolos o reglamentos británicos como el ya desaparecido Sistema Alicia. Durante esa campaña, otros países como Francia, Países Bajos y Alemania comenzaron también a demandar de empresas hortofrutícolas almerienses el cumplimiento de diferentes protocolos y requisitos verificados a través de certificaciones de calidad.

Todas estas exigencias en certificaciones de calidad coinciden con el conocimiento público sobre prácticas productivas en otros sectores agroalimentarios que atentaron gravemente contra la salud y pusieron en evidencia, por un lado, las carencias

Situación actual en certificaciones hortofrutícolas de calidad

El desarrollo de una producción de calidad, saludable y respetuosa con el medio ambiente en el marco de la producción hortofrutícola no sólo es un reto, también es una prioridad para que el sector hortofrutícola de Almería responda eficazmente a las exigencias del mercado.

Las normativas o protocolos de calidad que son susceptibles de ser demandados a las empresas hortofrutícolas almerienses por parte de los diferentes mercados son, entre otros: Eurepgap, la serie de normas UNE 155000:2005, BRC, IFS, QS, GFSI, Nature's Choice, producción integrada, producción ecológica, ISO

FIGURA 1. Tomate. Volumen de producción y precios en las campañas 2004/05 - 2005/06.

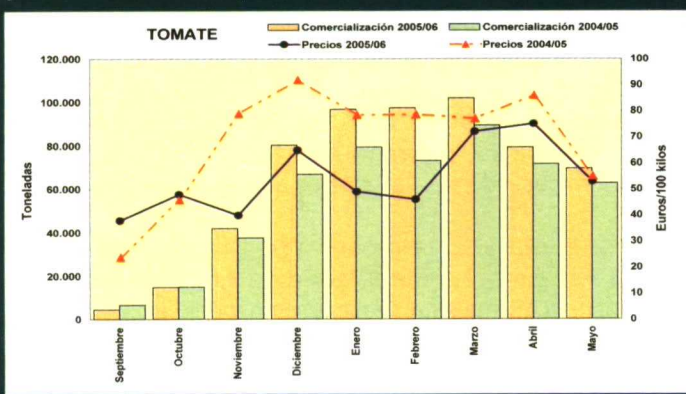
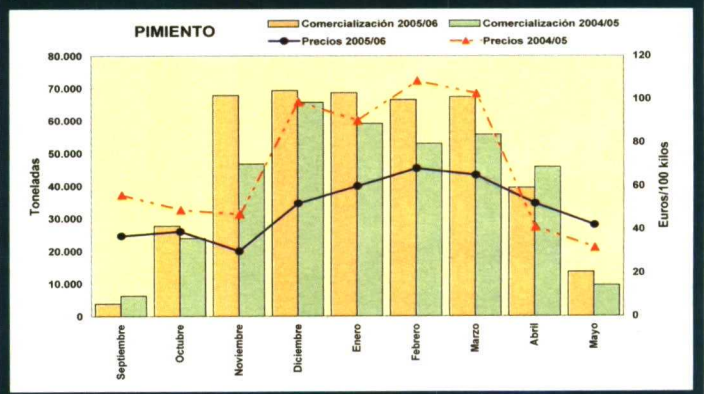


FIGURA 2. Pimiento. Volumen de producción y precios en las campañas 2004/05 - 2005/06.



INVERNADEROS dossier

9.001:2001, ISO 14.001:2004 y otras de menor relevancia. Según el país de destino donde va dirigida la producción hortofrutícola, se debe cumplir con una u otra normativa.

Ante toda esta demanda de calidad imposible de cumplir simultáneamente, el sector hortofrutícola español dispone de una norma española (UNE) hortofrutícola desde hace casi diez años que ha sido elaborada y consensuada por todas las zonas hortofrutícolas de España junto con las diferentes Administraciones nacionales y autonómicas y cadenas de supermercados europeas. Esta norma (UNE 155.000) ha sido la más implantada en la provincia de Almería, acogándose a ella más de 12.000 hectáreas y más de cincuenta centrales hortofrutícolas.

La razón de que la norma UNE 155.000 haya sido la más solicitada por las empresas productoras comercializadoras de hortalizas en la provincia de Almería (además de otras zonas productoras españolas) en sus distintas revisiones (1997, 2001 y 2005) es que ha sabido adaptarse a todas las normativas o protocolos emergentes y pedidos por algunas cadenas de distribución. Esta norma tiene en cuenta no sólo los requisitos exigidos por EUREP (cuya norma es la más demandada por las cadenas de supermercados europeas), sino también otros protocolos (como BRC o IFS) que demandan algunas cadenas europeas, tanto si están o no incluidas dentro de EUREP.

Datos de la última campaña 2005-2006

En 2005 las ventas al exterior de los productos hortofrutícolas de Almería alcanzaron un valor de 1.500 millones de euros, habiéndose triplicado en los últimos diez años. Almería destina a la exportación el 60% de la producción hortícola, que tiene como destino principal la UE, sobre todo países como Alemania, Francia, Holanda y Reino Unido. A continuación, presentamos un breve resumen de la situación en que se encuentran los principales cultivos hortofrutícolas de invernadero almerienses, tras la campaña 2005-2006.

Tomate

Durante esta campaña el tomate ha perdido en valor un 12%, mientras que el volumen de producción ha crecido en un 14%. En todos los meses de campaña la producción ha estado por encima de la existente en el ciclo anterior. Los mayores aumentos se produjeron en los meses de enero y febrero, lo que provocó caídas importantes de precios (**figura 1**).

Pimiento

El valor del pimiento ha caído esta campaña un 23%. En cuanto a su producción, ha aumentado un 14%. Los mayores crecimientos de producción respecto a la campaña pasada se produjeron en los meses de noviembre, febrero y marzo. Los precios han estado por debajo de los del año anterior en prácticamente toda la campaña: no crecieron lo suficiente entre diciembre y marzo –tal y como debían haberlo hecho en un ciclo normal– como consecuencia de una sobreoferta que no pudo absorber el mercado (**figura 2**).

Pepino

El pepino ha sido el producto con mejor comportamiento en la presente campaña: aunque la producción ha aumentado un 12%, su valor ha crecido en un 14%. A principio de campaña (octubre y noviembre) un aumento de producción no esperado hundió los precios. A pesar de esto, se consiguió enderezar el ciclo y existió

INVERNADEROS



BANQUETAS DE CULTIVO



GARDEN CENTER

PANTALLAS
TÉRMICAS Y
COMPLEMENTOS



D> Camino Xamussa, s/n . Apto. 145
12530 Burriana (Castellón) España
T > (+34) 964 514 651 F > (+34) 964 515 068
M > ininsa@ininsa.es
W > www.ininsa.es

INTRODUCCIÓN

FIGURA 3. Pepino. Volumen de producción y precios en las campañas 2004/05 - 2005/06.

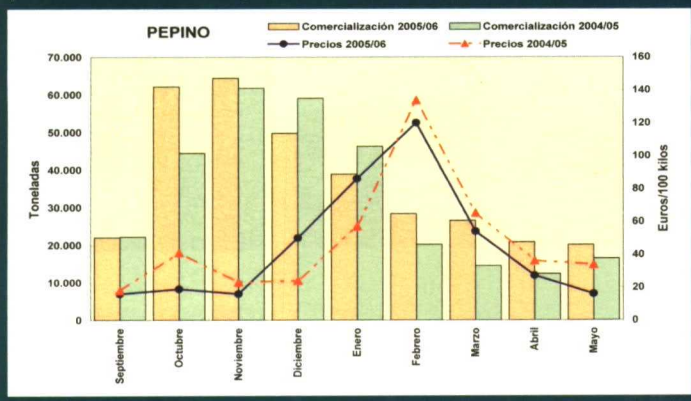


FIGURA 4. Berenjena. Volumen de producción y precios en las campañas 2004/05 - 2005/06.

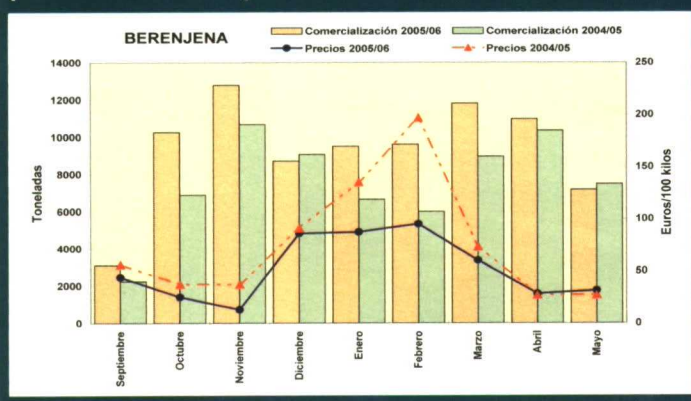
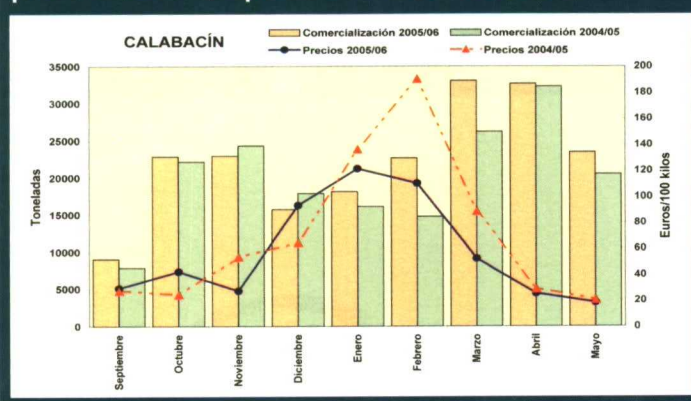


FIGURA 5. Calabacín. Volumen de producción y precios en las campañas 2004/05 - 2005/06.



una tendencia de precios creciente hasta alcanzar los máximos en el mes de febrero. Desde ese momento los precios estuvieron levemente por debajo de los del año anterior (figura 3).

Berenjena

Esta hortaliza ha mostrado un mal comportamiento en la presente campaña: su producción ha aumentado un 24% con respecto a la anterior, mientras que el valor ha caído un 11%. Los fuertes aumentos de producción que se produjeron en enero, fe-



brero y marzo provocaron una bajada de precios muy acusada que motivó unos ingresos muy por debajo de lo normal (figura 4).

Calabacín

Los datos correspondientes al calabacín muestran un comportamiento irregular: el valor del total comercializado ha caído un 7% (su producción ha crecido un 19%). Los precios fueron correctos hasta enero, sin embargo, en febrero no crecieron lo suficiente como consecuencia de un aumento de producción por encima de lo normal. A partir de este mes los precios estuvieron por debajo de los del año anterior (figura 5).

Melón y sandía

La producción de ambas cucurbitáceas ha estado prácticamente en los mismos niveles que los del año pasado. En el caso del melón (figura 6) los precios han sido parecidos, exceptuando el principio de campaña (donde fueron sensiblemente inferiores). Para el caso de la sandía (figura 7) son prácticamente idénticos a los del año pasado. Resumiendo, los datos globales muestran que la producción de melón ha caído un 4% con respecto al año anterior (su valor ha descendido un 16%); la producción de sandía no ha aumentado, y los ingresos se han mantenido en niveles parecidos (han crecido un 2%).

Conclusiones

A pesar de que la producción se ha incrementado en un 10% respecto a 2004-2005, se trata de una mala campaña, dado que los ingresos en origen han caído un 12%. Los datos de exportación han estado en sintonía con la producción.

Si tenemos en cuenta períodos de comparación amplios, la situación del pimiento y los cultivos de primavera son las más preocupantes. En pimiento, al margen del incremento de producción de Almería, Israel continúa incrementando sus envíos y mejoran-

FIGURA 6. Melón. Volumen de producción y precios en las campañas 2004/05 - 2005/06.

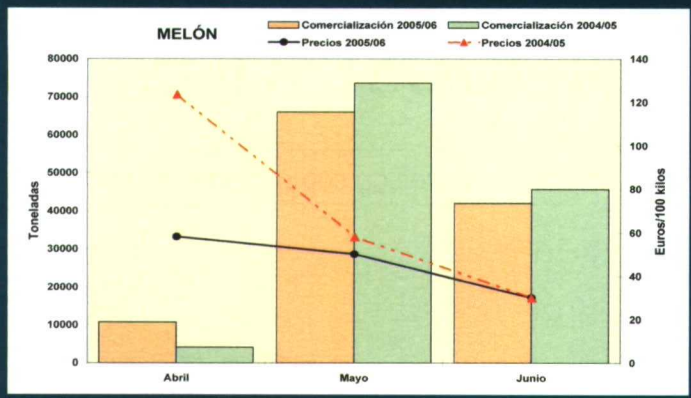
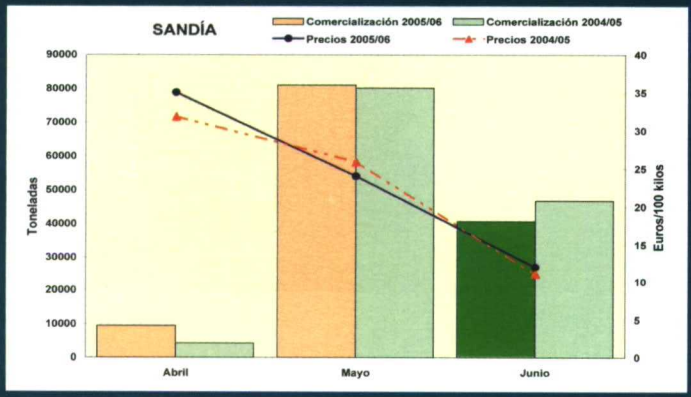


FIGURA 7. Sandía. Volumen de producción y precios en las campañas 2004/05 - 2005/06.

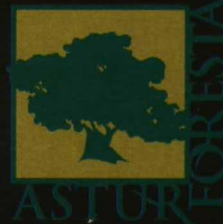


do los precios de venta. En los últimos cinco años este país ha multiplicado por quince la superficie con control biológico. Asimismo, Marruecos sigue incrementando las ventas en la Unión Europea.

En cuanto al melón y la sandía, la calidad ha sido muy buena, pero la carencia de demanda, por motivos meteorológicos y por la competencia de otras frutas y de otros orígenes, ha hecho que la campaña no haya sido mejor. Los aumentos de producción que se originan ya no son absorbidos por la demanda: llega a darse el caso de que ésta no reacciona ni ante bajadas de precios.

Desde nuestro punto de vista, estas son algunas de las medidas a aplicar para evitar que continúe deteriorándose la situación en que se encuentran las producciones almerienses de invernadero:

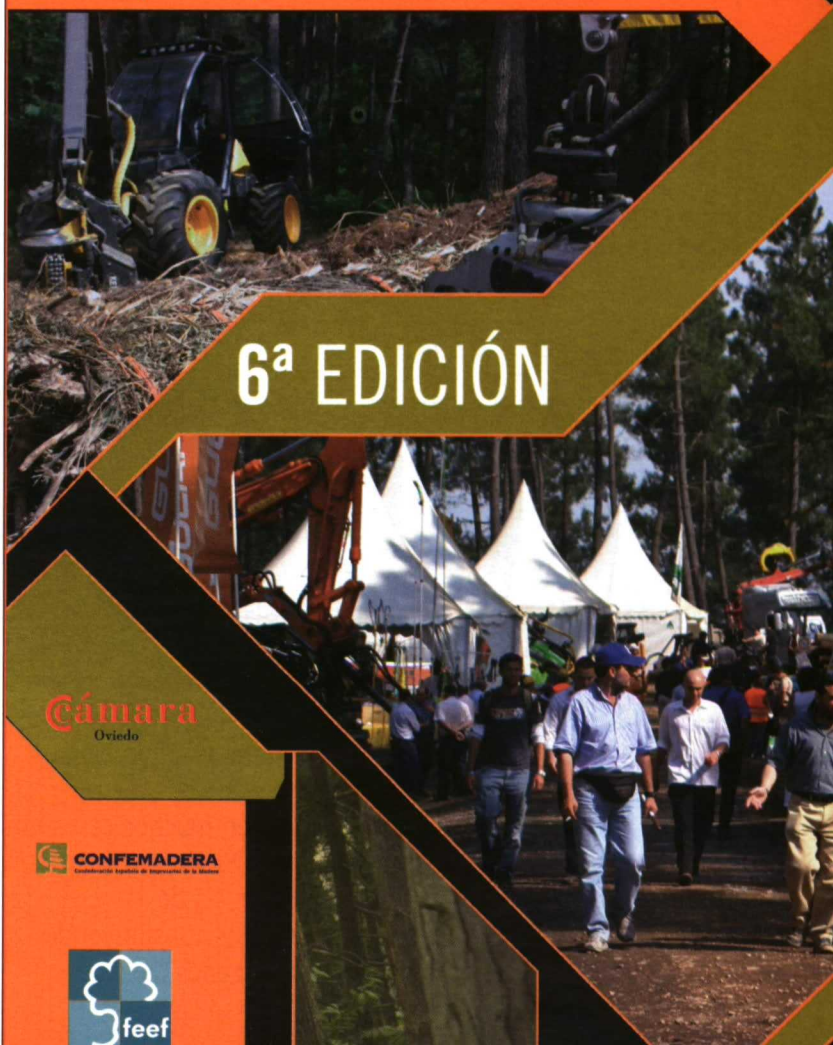
- Fomentar la concentración pero con el objetivo claro de obtener mayores recursos para, por ejemplo, colaborar estrechamente con la distribución en campañas de promoción al cliente final o para crecer verticalmente en la cadena.
- Poner en práctica nuevas iniciativas.
- Generalizar nuevos usos agrícolas (lucha biológica) para que nadie ponga en duda la calidad de, por ejemplo, el pimiento de Almería.
- Nuevos productos, tanto en fresco como en la gama de elaborados.
- Defender los intereses de Almería ante la nueva OCM. ■



FERIA FORESTAL
Internacional

Monte Armayán **TINEO**
Principado de Asturias ESPAÑA

21, 22, 23 JUNIO 2007



6ª EDICIÓN

Cámara
Oviedo

CONFEMADERA
Confederación Española de Organismos de la Madera

feef

COSE
OLVICULTORES

ASENFO
ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS FORESTALES

ASTUR FORESTA

CENTRO DE PROMOCIÓN EMPRESARIAL
33877 TINEO. ASTURIAS. ESPAÑA.
Tfnos.: +34 98 580 19 76/ 580 08 09
Fax: +34 98 580 16 94
<http://www.asturforesta.com>
e-mail: asturforesta@asturforesta.com

GOBIERNO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS
AYUNTAMIENTO DE TINEO

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

COLEGIO OFICIAL DE INGENIEROS DE MONTES

COLEGIO OFICIAL DE INGENIEROS TÉCNICOS FORESTALES

cajAstur