

La comercialización exterior beneficiará una buena campaña

Estados Unidos y Europa del Este son los últimos destinos apetecidos por los exportadores almerienses

Producción y exportación son dos conceptos que van íntimamente ligados en la provincia de Almería, no obstante, más de la mitad de los productos hortofrutícolas producidos en sus tierras tienen como destino los mercados extranjeros.

● Ceres Comunicación

De esta situación se deriva el gran interés del sector por impulsar nuevas iniciativas que mejoren la comercialización fuera de las fronteras nacionales, donde Estados Unidos y Europa del Este constituyen los principales referentes para la exportación provincial. Ésta se va a ver beneficiada de la excelente cosecha en la campaña 99/00, donde de nuevo se ha superado la barrera de los 270.000 millones de pesetas de producción comercializada (concretamente 274.596, 30.000 más que el pasado año), con parámetros similares a la excepcional campaña de hace tres años.

La producción generada de las 48.400 hectáreas de hortalizas existentes en la provincia se ha situado en las 2.471.246 toneladas, según el último avance de datos de la Delegación Provincial de Agricultura de la Junta de Andalucía. La superficie no ha variado prácticamente con respecto al pasado año, reduciéndose tan sólo en unas 200 hectáreas.

Tomate y pepino son los protagonistas

Como viene siendo tradicional, tomate y pimiento son los grandes protagonistas de la horticultura provincial, erigiéndose en las principales cosechas, con 680.668 y 477.232 toneladas, respectivamente, aunque en el caso del primero se haya producido una merma de producción (algo más de 30.000 toneladas) con respecto a la pasada campaña. Otros productos con cifras importantes y que superan las 200.000 toneladas recogidas son sandía (331.525), melón (211.024), calabacín (209.604) y pepino (272.700).

El valor percibido por los agricultores (correspondiente al de la producción antes de ser comercializada) asciende a los 208.899 millones de pesetas.

Exceptuando a la col china, lechuga, calabacín y berenjena, el resto de productos ha visto como su valor económico se ha incrementado en los mercados durante la campaña. Así, cabe destacar las 29 pesetas/kilo que ha subido el precio medio del melón con respecto a la temporada anterior (74 pts./kg este año frente a las 45 de la campaña pasada), situación que también han disfrutado productos como el tomate, que sube de las 66 a las 89

pts./kg, las judías verdes (de 199 a 220 pts./kg), el brócoli (de 50 a 70 ptas/kg) o el pimiento (de 104 a 116 pts./kg).

Un capítulo esencial para el buen desarrollo de la campaña hortofrutícola almeriense lo constituyen las ayudas que reciben los agricultores. Durante el pasado 1999, las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH) recibieron más de 918 millones de pesetas de subvenciones, a las que hay que añadir otros 5.441 millones de pesetas de ayudas a los Programas Operativos de las mismas OPFH, un montante económico aún insuficiente según las demandas del sector español, que han planteado reiteradamente a Bruselas un aumento de estas cifras.

Exportación

Evolución de la década

En la campaña 89-90, las exportaciones hortofrutícolas de Almería ascendieron a 344.335 toneladas. Diez años después, en la pasada cosecha, estas mismas ventas al exterior se cuatuplicaron, ascendiendo a 1.303.970 toneladas, una progresión que da cuenta del crecimiento y de la importancia actual que goza la comercialización exterior de las producciones de la provincia.

Durante la última década, el pimiento ha sido el principal producto exportado, pasando de las 89.000 a las 286.000 toneladas vendidas. Destaca el caso del tomate, que sólo exportaba en 1989 unas 35.000 toneladas, mientras que en la actualidad dobla en cifras al pimiento con más de 200.000 toneladas exportadas fuera de Almería.

Calabacines, pepinos, melones y sandías son otros productos cuyas exportaciones suelen superar las 100.000 toneladas.



La pasada campaña se exportaron 1.303.970 toneladas de productos hortícolas desde Almería.



Principales destinos

En cuanto a los destinos de exportación, a los tradicionales mercados de Europa occidental se están añadiendo en las últimas campañas otras alternativas, fundamentalmente dos, Estados Unidos y los países del Este de Europa.

En Europa occidental, Francia, Reino Unido, Alemania y Holanda han sido los principales receptores de los productos hortofrutícolas almerienses en cantidades que han oscilado entre las 425.000 toneladas importadas por Alemania y las 125.000 de Reino Unido. Estas cantidades se han visto alteradas a la baja en las últimas campañas a causa de la competencia de países como Marruecos, país a la que las autoridades comunitarias otorgan concesiones agrícolas que coinciden con la fecha de producción de la campaña almeriense.

En cuanto a productos, impera la diversidad. Así, Alemania importa mucho pepino y pimiento (75.342 y 78.274 toneladas respectivamente durante la campaña 1999-2000, según datos provisionales facilitados por el Centro de Asistencia Técnica e Inspección de Comercio Exterior de Almería -CICE-), Francia prefiere calabacín, melón, pimiento, sandía y tomate (es la principal importadora de este producto con casi 82.000 toneladas), Holanda el pimiento y la sandía (34.000 y 12.000 toneladas la última campaña, respectivamente), y Reino Unido es una gran importadora de calabacín y lechuga (de este producto almeriense compra más de la tercera parte que se vende en la Unión Europea). Los meses que van de diciembre a marzo son los más benevolentes para la exportación de Almería, superando en ellos las 100.000 toneladas vendidas a estos países europeos.

Un destino importante y peculiar en la exportación almeriense es Suiza, país no comunitario cuyas compras a la provincia rozan las 30.000 toneladas y que supera con estas cifras a muchos de los integrantes de la Unión Europea. Pepino y pimiento son los principales productos que demandan los consumidores suizos.

Europa del Este es uno de los mercados emergentes que está empezando a atraer de manera progresiva a los exportadores andaluces. La potente producción de la provincia no es ajena a este hecho, y ya en las últimas campañas se han organizado misiones comerciales para calibrar el potencial importador de estos destinos.

Consortio de exportación

El último impulso a este proceso se ha producido recientemente con la adhesión de ocho destacadas empresas agrarias de la provincia al consorcio Difrusa Export S.A., un grupo con diez años de experiencia de distribución de hortalizas en el mercado comunitario, especialmente en los países del este europeo. A pesar de la diversidad de posturas y planteamientos que la comercialización exterior plantea entre los agentes almerienses, este hecho significa una vuelta de

tuerca más en la conquista de nuevos destinos comerciales que el sector provincial ya tiene entre sus retos principales.

El otro terreno comercial que los productos almerienses se han propuesto ocupar lo constituye Estados Unidos. De momento, tomate, pimiento, y en menor medida, melón y pepino, son los productos que han abierto el camino, aunque se espera que a ellos se añadan otros a medio plazo, una vez que se solventen las dificultades sanitarias que conlleva este tipo de exportación.

En el caso estadounidense, llama la atención el incremento de empresas que se añaden al apartado de exportadoras. Para este año, 37 empresas almerienses han solicitado la autorización necesaria para exportar tomate al mercado de Estados Unidos, mientras que las que optan por el pimiento ascienden a 43, siendo la primera vez que éstas últimas superan a aquéllas. En la campaña 1999-2000, según los datos provisionales del CICE, Almería exportó a Estados Unidos 6.174 y 2.352 toneladas de tomate y pimiento, respectivamente.

La buena aceptación que estos productos están gozando entre los consumidores norteamericanos son la culpable de este afán exportador, que ha obligado a los representantes de agricultura español a negociar con las autoridades sanitarias del país norteamericano la posibilidad de incrementar la lista de productos susceptibles de entrar en los mercados de dicho país. Lechugas o sandías son algunos de los que se están barajando.

El 1 de diciembre de 1998 se inició la comercialización de la producción de pimiento rojo español en Estados Unidos, sumándose así a la del tomate. Para este año, la campaña de exportación de ambos productos en el mercado estadounidense comenzará también el 1 de diciembre, desarrollándose hasta el 30 de abril. ■

BIOLOGICO

POLINIZACIÓN BIOLÓGICA :

- * Colmenas de abejorros : *Bombus terrestris* y *Bombus canariensis*
- * Polimax : atrayente de abejas

LUCHA BIOLÓGICA E INTEGRADA :

una gama completa de enemigos naturales contra las plagas

PLACAS ADHESIVAS :

- * Bugscan® : placas adhesivas amarillas y azules
- * Bugscan® Dry : placas adhesivas amarillas y azules de cola seca
- * Bugscan® Roll : trampa amarilla y azul en rollo

TRAMPAS DE FEROMONAS :

- * Attract® : Trampa Delta, Trampa Embudo y Trampa Mc Phail
- * Dispensar de feromona

biobest
BIOLOGICAL SYSTEMS

Ilse Velden 18, 2260 Westerlo, Bélgica, Tel : +32.14.25.79.80,
Fax : +32.14.25.79.82, info@biobest.be, www.biobest.be