

El sector hortofrutícola en Almería

Lucrecia Rivera Tapia-Ruano*

El artículo ofrece una visión del sector hortofrutícola en Almería, fundamental para la economía de la provincia, suponiendo el 83,5 por 100 del valor total de sus exportaciones. El sistema de cultivo más empleado es el invernadero y la producción está encabezada por los tomates, seguida de pimientos y pepinos.

Palabras clave: agricultura, explotaciones agrarias, producción, exportaciones, importaciones.

Clasificación JEL: Q10, R10.

1. Introducción

Desde los años sesenta en que se inició el desarrollo del cultivo intensivo bajo plástico, el sector hortofrutícola almeriense ha experimentado un incremento continuo y espectacular constituyendo el eje central de su economía.

En algo más de treinta años, Almería ha pasado de ser el desierto de Europa a situarse a la cabeza de la agricultura española lo que le ha permitido que en el año 2002 la Renta Familiar Bruta en poder de compra fuese del 98,79 por 100, a sólo algo más de un punto de la media nacional, siendo con diferencia la provincia andaluza más próxima a dicha media (Fundación de las Cajas de Ahorro).

La balanza comercial de Almería arroja un saldo comercial favorable de casi 1.124 millones de euros y una tasa de cobertura del 347 por 100, la más alta de los últimos años (Cuadro 1).

De los 1.577 millones de euros exportados en el año 2003, 1.364 millones corresponden a frutas y hortalizas.

* Directora Territorial de Comercio de Almería y Delegada del ICEX.

Año	Export.	Import.	Saldo	Cobertura
2003	1.577,10	453,57	1.123,53	347,71
2002	1.461,21	426,3	1.034,91	342,76
1995	765,00	249,00	516,00	307,00
1990	290,00	104,00	186,00	278,00

Fuente: Estacom.



El sector hortofrutícola representa el 86,5 por 100 del valor del total de sus exportaciones y el 57 por 100 del valor del total de la exportación hortofrutícola de Andalucía ocupando el tercer lugar en el *ranking* total de exportaciones andaluzas por detrás de Cádiz y Sevilla. La contribución al total de las exportaciones a nivel nacional del sector horticola es del 34,4 por 100 y del 17,26 por 100 si se considera frutas y hortalizas en su conjunto.

2. Evolución

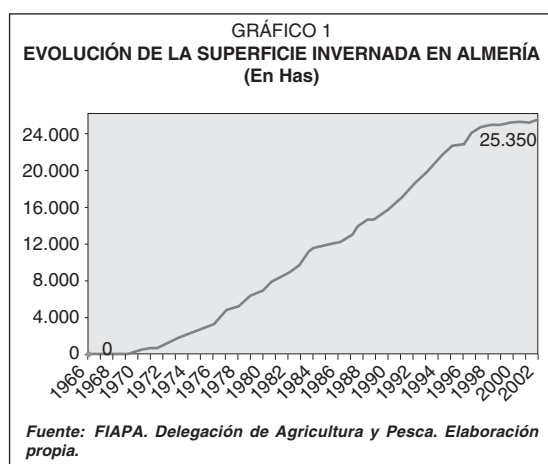
La horticultura intensiva en Almería ha pasado de 0,05 Ha en 1963 a cerca de 30.000 Ha en 2003 (Gráfico 1) cifra superior si se tiene en cuenta la doble alternancia de cultivos en parte de los invernaderos.

El auge de los invernaderos viene determinado por diversos factores entre los que cabe destacar la bondad del clima, la apertura en su día de pozos por parte de la iniciativa privada y el entonces IRYDA y los ingresos mucho mayores por unidad de superficie debido al incremento de la producción y adelanto de las cosechas como consecuencia de las innovaciones tecnológicas en el sector.

El sistema de cultivo más empleado en los invernaderos ha sido el cultivo en suelo, principalmente mediante el sistema de enarenado. Este método consigue la reducción de la evaporación del suelo, mantenimiento de la temperatura y de la humedad y neutralización de gran parte de la salinidad del agua. Posteriormente, se fue incorporando el cultivo bajo plástico, el riego por goteo y el cultivo sin suelo (hidropónico). Este último necesita una mayor especialización pero menor mantenimiento. Prácticamente, la totalidad del cultivo se lleva a cabo por el sistema de invernadero.



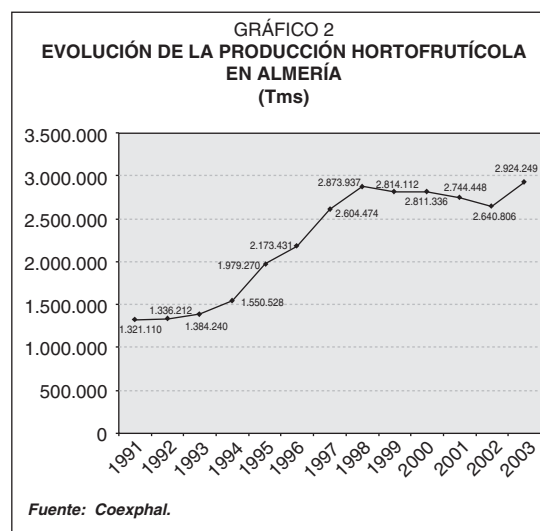
ANDALUCÍA



3. Situación actual del sector

La evolución de la producción hortofrutícola en los últimos años, ha seguido en general un ritmo creciente. La producción ha pasado de 1.321.110 Tms en

1991 a 2.924.249 Tms en el año 2003. Especial relevancia tiene el periodo comprendido entre los años 1993 a 1998 (Gráfico 2).



La producción históricamente está encabezada por el tomate con 817.000 toneladas para el año 2003, seguido del pimiento, 516.000 Tms y el pepino con 333.000 Tms (Cuadro 2).

Casi un 53 por 100 de la producción tiene como destino el mercado exterior. La exportación hortofrutícola en Almería ha mantenido en los últimos años un ritmo constante y creciente habiéndose alcanzado en el año 2003 la cifra de 1.546.844 Tms y un valor de 1.364 millones de euros, de los cuales, casi 1.164 millones corresponden a hortalizas y algo más de 200 millones a frutas.

Para el año 2003 el valor de las exportaciones se ha incrementado un 6,67 por 100, si bien en peso los aumentos han sido graduales, un 3,1 por 100 para el último año (Cuadro 3 y Gráfico 3).

Los principales productos exportados son el pimiento con más del 24 por 100, seguido del tomate (20,3 por 100), pepino

CUADRO 2
PRODUCCION HORTOFRUTÍCOLA DE ALMERÍA (En Tms)

	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995
Tomate	817.000	752.588	752.400	680.890	746.370	754.390	769.500	603.485	496.085
Pimiento	516.000	511.500	510.000	477.232	471.632	469.800	465.850	408.716	394.065
Pepino	333.000	263.250	312.000	272.708	226.800	301.000	294.500	238.850	184.000
Sandía	278.500	223.470	257.800	331.525	346.020	359.600	339.200	306.400	330.920
Calabacín	219.750	207.956	186.560	209.602	226.200	215.450	204.000	182.000	169.000
Melón	172.200	174.712	186.400	211.024	255.200	266.500	261.000	236.500	235.800
Lechuga	156.350	131.772	133.776	128.214	121.599	118.800	100.795	42.810	31.980
Berenjena	87.100	62.280	62.280	66.900	63.318	73.200	55.692	42.900	58.200
Judía Verde	61.900	71.325	71.325	78.993	88.524	81.000	54.005	56.520	42.000
Otros	282.449	241.953	271.907	354.248	268.449	234.197	59.932	55.250	37.220
Total	2.924.249	2.640.806	2.744.448	2.811.336	2.814.112	2.873.937	2.604.474	2.173.431	1.979.270

Fuente: Coexphal.

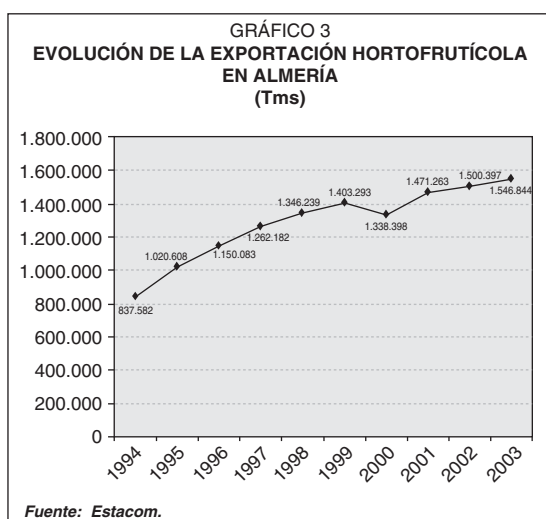
CUADRO 3
EXPORTACION HORTOFRUTÍCOLA DE ALMERÍA

Año	2003	2002	2001	2000	1999	03/02
Millones de euros	1.364	1.279	1.138	1.039	893	6,67
Toneladas	1.546.843	1.500.397	1.471.262	1.338.397	1.403.293	3,1

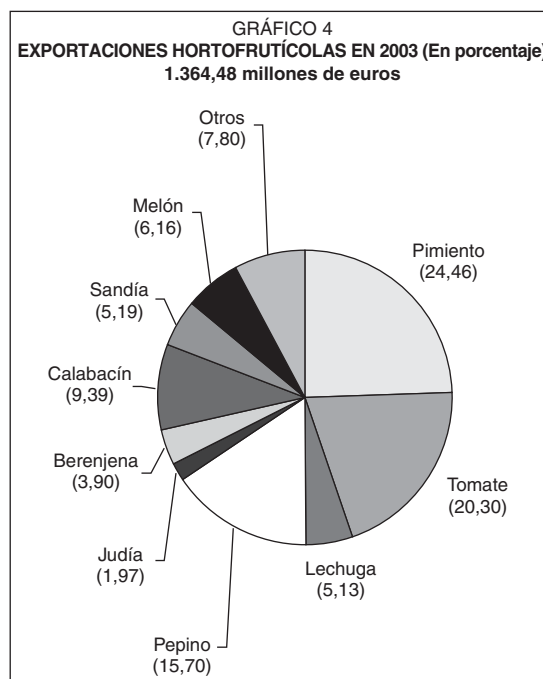
Fuente: Estacom.

(15,7 por 100) y calabacín (9,39). En frutas, el melón (6,16 por 100) y la sandía (5,19 por 100) (Gráfico 4).

La evolución en los últimos años de la exportación de los principales productos nos muestra que el pepino y pimiento han experimentado un aumento significativo en sus precios, no así el tomate que ha sufrido una disminución respecto a otras campañas. Este último, si bien en peso ocuparía el primer lugar en las exportaciones, en valor, queda desplazado por el pimiento (Cuadro 4).



El principal mercado de las exportaciones es la Unión Europea con algo más del 93 por 100 (Cuadro 5). El carácter estacional de las exportaciones de enero a marzo y de octubre a diciembre marca los países destino de las mismas. Alemania ocupa el primer lugar con más de un 31 por 100 y un incremento en el último año de casi el 15 por 100. Le sigue Francia



CUADRO 4
EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS

	2003		2002		2001		2000		1999	
	Millones E	Toneladas	Millones E	Toneladas	Millones E	Toneladas	Millones E	Toneladas	Millones E	Toneladas
Pimiento	333,78	294.060	329,19	333.249	309,46	272.775	320,02	252.835	267,27	305.659
Tomate	276,94	364.026	286,08	313.989	218,10	327.394	196,81	261.266	158,83	289.983
Pepino	214,20	264.538	181,19	259.987	189,36	263.467	165,42	252.761	157,18	249.940
Calabacín ..	128,06	140.766	113,09	138.711	108,55	135.626	80,19	132.514	84,72	112.794
Melón	84,10	108.735	83,19	86.300	66,97	106.712	63,06	87.548	58,06	120.293
Sandía	70,75	135.787	52,96	127.850	52,92	157.171	55,89	157.343	41,26	159.798
Lechuga	69,98	71.345	63,30	76.771	52,64	65.351	32,31	51.280	25,40	40.443
Berenjena ..	53,26	56.077	49,92	60.778	53,37	58.097	41,12	48.020	30,80	44.272
Judía verde	26,91	12.776	23,48	14.735	18,09	11.636	16,82	10.989	0,00	0,00

Fuente: Estacom.

(17,60 por 100), Países Bajos (13,63 por 100), Reino Unido (12,11 por 100), Italia (6 por 100), Suecia, Bélgica, Portugal, República Checa y Polonia. En el caso de Holanda, parte de los productos enviados a este país son reexpedidos a otros mercados, especialmente Reino Unido y Alemania (Cuadro 6). Estados Unidos con 5,3 millones de euros y Canadá con 2,2 millones han experimentado en el último año un descenso de, aproximadamente, un 50 por 100 respecto al año 2002.



ANDALUCÍA

4. Problemática del sector

La escasez crónica de agua, el agotamiento de los acuíferos que alimentan los cultivos intensivos, el deterioro medioambiental así como la competencia de los Países Terceros Mediterráneos son algunos de los factores más importantes en la problemática del sector.

Salinización de los acuíferos. La sobreexplotación de los acuíferos cercanos al mar pueden ocasionar que bajen los niveles de los mismos llegando a salinizarse por intrusión de aguas marinas. Asimismo, la arena para el enarenado se obtiene en parte de las playas, originando problemas ecológicos.

La eliminación de residuos de los invernaderos, especialmente los plásticos desechados, constituye un problema a pesar de las medidas que se van tomando al respecto.

CUADRO 5
EXPORTACIÓN HORTOFRUTÍCOLA
(Millones de euros)

	2003	2002	2001	2000	1999
UE	1.273,00	1.174,00	1.059,08	968,70	829,45
Resto de Europa	83,00	88,00	67,01	59,51	54,88
Otros	8,48	17,13	12,82	11,60	9,17
Total	1.364,48	1.279,13	1.138,91	1.039,81	893,50

Fuente: Estacom.

CUADRO 6
PRINCIPALES CLIENTES EN EUROPA
(Millones de euros)

País	2003	2002	2001	2000	1999	03/02
Alemania	426,87	371,48	347,09	319,60	280,84	14,91
Francia	240,26	232,63	213,58	201,03	186,38	3,28
Países Bajos	185,99	188,43	161,77	151,09	121,05	-1,29
Reino Unido	165,29	158,24	147,61	119,38	96,49	4,45
Italia	82,70	66,43	49,36	58,00	47,19	24,49
Suecia	45,10	32,03	30,47	23,08	15,57	40,77
Belgica	39,37	36,56	32,31	31,87	25,37	7,68
Portugal	32,69	29,58	23,46	19,18	18,84	10,51
R. Checa	23,57	32,07	21,02	19,16	15,99	-26,49
Polonia	20,77	21,12	19,58	12,26	12,70	-1,65
Subtotal	1.241,84	1.168,57	1.046,25	954,65	820,42	8,04
Total	1.364,48	1.279,13	1.138,91	1.039,81	893,50	6,67

Fuente: Estacom.

Otro de los aspectos a tener en cuenta en la problemática del sector es el relacionado con las semillas. Las nuevas semillas son prácticamente monopolio de algunas multinacionales, existiendo una amplia dependencia de las semillas holandesas.

La inexistencia de industrias transformadoras en la provincia hace que parte de la producción se venda a otras zonas, especialmente al Levante, a precios inferiores.

Por otra parte, la escasez crónica de agua del sureste español, precisamente las regiones más productivas y competitivas, está pendiente de solución bien mediante trasvases o salinizadoras.

La apertura del mercado europeo a las producciones de terceros países y la entrada en vigor del Acuerdo de Libre Cambio UE-Marruecos afecta muy especialmente a la exportación del tomate de Almería, pilar de la economía local. A medio plazo Marruecos se convertirá en un competidor de primera línea de las exportaciones de invierno y primavera. Las ventajas que en su día supuso el clima y los costes laborales ya no son suficientes puesto que los países del área mediterránea tienen actualmente ventajas competitivas en costes, precio del terreno y gozan de condiciones climáticas similares. La experiencia, tecnología y diferenciación del producto deben servirnos para que el sector se adapte a la nueva situación actuando sobre factores como la innovación, calidad, canales de distribución y aspectos relacionados con la garantía sanitaria.

5. Incorporación de los países del Este

La incorporación de los diez nuevos socios a la Unión Europea supone un mercado potencial de más de 70 millones

de personas y una oportunidad inmejorable para las exportaciones almerienses.

El paso de una economía planificada a otra de libre mercado, las diferencias climáticas, el aumento gradual del poder adquisitivo y los cambios en los hábitos de los nuevos miembros constituyen algunos de los principales factores de optimismo para el sector.

La tendencia de los consumidores de los países de Europa Oriental es cada vez más a hacer sus compras en grandes superficies comerciales. La evolución en los canales de distribución de un sistema estatal a un sistema de empresa privada así como la entrada de multinacionales lleva a que las grandes cadenas de distribución acaparen cada vez más cuota de mercado.

Ya en la actualidad la República Checa y Polonia ocupan el noveno y décimo puesto en destino de nuestros productos con unos valores de 23,57 millones de euros para la República Checa y casi 21 millones en Polonia, si bien el objetivo debe ser aumentar el área de influencia a otros países de la zona.

6. Perspectivas de futuro

La globalización de los mercados, los acuerdos preferenciales de la UE con terceros países especialmente de la Cuenca Mediterránea y la posible incorporación a medio plazo de Turquía constituyen un problema para el sector, por lo que se debería ir estudiando las medidas necesarias ante estos posibles competidores.

Sin embargo, en el otro lado de la balanza, los nuevos socios comunitarios pueden suponer un interesante destino para nuestros productos a medio y largo plazo. El potencial humano y el incremento paulatino de sus economías hacen ser optimistas al respecto, si bien para ello habrá que trabajar en la introducción de mejoras para solu-



cionar, entre otros, problemas relacionados con la atomización del sector y, muy especialmente, actuar en la introducción de técnicas vanguardistas en la comercialización para aprovechar este nuevo mercado en óptimas condiciones.

Bibliografía

1. «Anuario de la agricultura almeriense 2003», Unicaja.
2. «Plan del Sector Hortícola de Almería», Consejería de Agricultura y Pesca. Junta de Andalucía.



ANDALUCÍA