

11

***Informes y Monografías***

# **Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería**

**Campaña 2004/2005**

**EDITA:**

Caja Rural Intermediterránea. Cajamar  
[www.cajamar.es](http://www.cajamar.es)

**REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN:**

Instituto de Estudios de Cajamar  
[www.instituto.cajamar.es](http://www.instituto.cajamar.es)

**DISEÑO Y MAQUETACIÓN:**

Instituto de Estudios de Cajamar  
[www.instituto.cajamar.es](http://www.instituto.cajamar.es)

**DEPÓSITO LEGAL:** AL-460-2005

**IMPRIME:** Escobar Impresores, S.L. El Ejido (Almería)

**FECHA DE PUBLICACIÓN:** noviembre 2005

1. Reflexiones previas .....	5
2. Principales resultados de la campaña hortofrutícola .....	8
3. Incidencias de campaña .....	12
3.1. Condiciones climáticas .....	12
3.2. Limpieza del campo .....	14
3.3. Presencia de plagas y enfermedades .....	14
3.4. Normas de calidad .....	14
3.5. Agua .....	15
4. Factores determinantes de los costes de producción .....	16
4.1. Mano de obra .....	16
4.2. Productos fitosanitarios .....	18
4.3. Plásticos y abonos .....	18
4.4. Costes financieros .....	18
4.5. Semillas y plantones .....	18
4.6. Energía y transporte .....	19
4.7. Resumen de la estructura de costes de una explotación ..	19
5. Factores determinantes de los ingresos .....	20
5.1. Evolución de la superficie de producción .....	20
5.2. Evolución de la producción .....	21
5.3. Evolución de las exportaciones .....	21
5.4. Evolución de los precios .....	24
6. Conclusiones .....	25

## ÍNDICE



Como venimos diciendo durante los últimos años, la agricultura intensiva almeriense se encuentra en una fase de madurez y la mayoría de los indicadores así lo confirman. En los últimos cinco años la producción, las exportaciones, los rendimientos e incluso los precios, oscilan levemente al alza o a la baja sin grandes sobresaltos, ni continuidad en la tendencia.

Quizás el dato más llamativo de la pasada campaña fueron las severas condiciones meteorológicas de finales de enero y principios de febrero, que afortunadamente no tuvieron consecuencias demasiado negativas para el conjunto del sector y en la práctica lo que hicieron fue convertir en buena una campaña que estaba siendo excepcional. Aunque un número amplio de agricultores han sufrido importantes pérdidas por la destrucción de sus estructuras invernadas o de las plantaciones. Estas severas circunstancias climáticas han permitido comprobar que aquellas explotaciones que disponían de buenas estructuras han resistido mucho mejor las inclemencias, siendo menos graves los efectos de las heladas y el pedrisco.

Con todo ello, la producción total sólo ha experimentado una reducción del 1,9% para los cultivos bajo plástico, y del 1,4% para el total de las hortalizas, incluidos los cultivos al aire libre de lechuga y brócoli. Para los primeros se ha alcanzado una cifra total de 2,48 millones de toneladas, frente a los 2,58 millones del año anterior. Sin embargo, el valor de la producción invernada, en términos constantes, aumentó más de un 5,6% respecto a la del año anterior y supera casi en un 7% la media de los últimos cinco años; el valor total fue de 1.433 millones de euros frente a los 1.341 obtenidos como media en las últimas campañas.

La evolución por especies ha sido heterogénea, siendo el tomate, el calabacín, la berenjena y la judía verde los productos que obtuvieron mejores cotizaciones, mientras el melón fue el que obtuvo menor precio con respecto a otras campañas.

Con referencia a aspectos generales de la horticultura almeriense, hay tres cuestiones que requieren especial atención: la situación fitosanitaria del campo, la reducción de la mejora de la productividad de las explotaciones y las necesidades laborales.

La primera cuestión se ve condicionada por circunstancias ya presentes en años anteriores como el exceso de invernaderos sin espacios suficientes para una adecuada ventilación, o las dificultades para la recogida de residuos que incrementan el riesgo de propagación de plagas, y por tanto las necesidades de intensificar los tratamientos. Esta situación, ya de por sí difícil, se ha visto agravada en los últimos años con los cambios que se han producido en la legislación sobre productos fitosanitarios y en los índices de tolerancia de pesticidas, que demandan una campaña de información y concienciación sobre el uso de dichos

## 1. REFLEXIONES PREVIAS

productos con objeto de evitar la desorientación entre los propios agricultores. Se hace imprescindible realizar el máximo esfuerzo, por todas las partes, para clarificar la situación y recuperar los grados de confianza y claridad de objetivos de años anteriores, así como para continuar la lucha preventiva contra plagas y enfermedades.

La segunda cuestión está referida a la reducción de las ganancias de productividad que tradicionalmente venían produciéndose en nuestra agricultura, y que han sido durante largos años uno de los principales factores que han conseguido mantener los márgenes de beneficio en las explotaciones.

Efectivamente, las continuas mejoras de las cantidades producidas por metro cuadrado han permitido compensar el aumento del precio de los insumos; sin embargo en los últimos años, y hablando en términos medios para todo el campo, se han frenado estas mejoras, evitándose una caída de la rentabilidad gracias a los precios obtenidos en la venta de los productos.

Esta caída de la productividad no es debida a un agotamiento de las técnicas de cultivo, ni se produce de forma generalizada. Este fenómeno está ocasionado, en parte, por el cambio hacia variedades menos productivas, pero que son más demandadas en los mercados, y en consecuencia obtienen mejores precios de venta. Esta situación no sólo no es preocupante sino que es conveniente, porque supone una mejor adaptación a los mercados. Este puede ser el caso de la producción de tomates en rama o *cherry*.

Sin embargo, hay otras situaciones en que la pérdida de productividad se debe a las expectativas creadas en torno al suelo por la presión urbanística, que desincentivan la mejora de las estructuras de producción y que frenan las inversiones necesarias en espera de una recalificación de los terrenos. Igualmente es cierto que las nuevas instalaciones agrícolas que se están realizando son de una calidad extraordinaria que permiten obtener importantes rendimientos unitarios. En consecuencia se está produciendo una silenciosa y paulatina reconversión del campo almeriense desde las tradicionales explotaciones familiares hacia estructuras de producción más grandes y de carácter marcadamente empresarial.

La tercera cuestión que se reproduce en los últimos años, y que, lejos de mejorarse, mantiene un elevado grado de incertidumbre, es la compleja situación de la población inmigrante. Numerosos son los problemas que se plantean y todos ellos de difícil solución.

Como cuestión previa hemos de constatar que los inmigrantes han permitido la asalarización del trabajo agrícola en el campo almeriense, una vez superada la fase de intensivo trabajo familiar. Sin esta aportación difícilmente se hubiera podido realizar esta transición. Pero la normalización de esta actividad plantea múltiples problemas:

- En primer lugar, el reducido tamaño de las empresas agrícolas hace que la demanda de trabajadores por explotación sea muy pequeña, lo que dificulta la contratación en origen y la organización de la estancia.

- Las regularizaciones no alcanzan para suministrar las necesidades de mano de obra, y, además, cuando éstas se producen, gran parte de los trabajadores legalizados dejan sus puestos para buscar otros trabajos mejores. En gran medida, Almería se ha convertido, para los colectivos de inmigrantes, en una *estación de paso* donde legalizar su situación y continuar hacia otros destinos.
- Esta realidad implica que permanentemente haya un déficit de trabajadores con permiso de trabajo. Una solución sería fomentar y facilitar las contrataciones en origen, tal como se viene realizando en otras zonas agrícolas.
- Por otra parte, la continua rotación de trabajadores dificulta el aprendizaje de las tareas y oficios necesarios dentro del invernadero, lo cual también repercute en la productividad de los cultivos. Además, la provisionalidad de la estancia en nuestra provincia dificulta la integración social y fomenta la precariedad en las condiciones de vida de los inmigrantes.

La tendencia, señalada anteriormente, hacia explotaciones de mayor tamaño y de carácter empresarial, facilitará la solución de esta compleja realidad, pero hay que ser conscientes de que esta transición se está realizando de forma muy lenta, por lo que será necesario buscar soluciones colectivas que faciliten la contratación de trabajadores en las explotaciones familiares y busquen la mayor estabilidad posible en las relaciones laborales.

En lo relativo a la comercialización se mantienen los niveles de años anteriores con unas exportaciones próximas al millón y medio de toneladas y un valor de las mismas de 1.347 millones de euros. Una vez más ha quedado de manifiesto que una pequeña reducción de las cantidades exportadas ha supuesto un aumento mayor del valor de las mercancías. El peso de las exportaciones respecto a la producción total ha sido del 54,2%, manteniéndose en el intervalo del 50 al 60% donde se mueve en los últimos años.

El sector hortícola, que ha sido el motor del desarrollo de la provincia durante tres décadas, se encuentra en la actualidad en una fase de plena madurez, y es improbable que en el futuro mantenga los ritmos de crecimiento de años anteriores. No obstante, sigue siendo la principal y más estable actividad económica de la provincia.

En estos años se ha producido una importante sustitución de trabajo por capital en el proceso de producción, lo que obliga a un comportamiento más empresarial del agricultor. Hoy día las actividades necesarias para el buen funcionamiento de los invernaderos se asemejan más a cualquier actividad empresarial que a las labores agrícolas tradicionales; sus necesidades más apremiantes son: cómo gestionar las explotaciones, cómo organizar el trabajo, cómo realizar las tareas administrativas necesarias, cómo liquidar los impuestos, cómo amortizar las inversiones. Las unidades de producción son cada vez mayores y el trabajo familiar disminuye. La formación que necesita el agricultor es básicamente de carácter empresarial. Por su parte, las empresas de comercialización, ante la irrupción de la gran distribución, precisan adaptarse a su forma de trabajar y que se les facilite los productos y los servicios que éstas demandan.

Para la nueva etapa que estamos construyendo, en investigación hay que abordar todo lo relacionado con la tecnología de los alimentos. Cada vez se dedica menos tiempo a la compra y elaboración de los alimentos, al tiempo que aumentan las comidas fuera de casa. Esta realidad está haciendo crecer la demanda de alimentos preparados. La atención de alimentos funcionales es cada vez mayor y seguirá siéndolo. El objetivo ya no debe ser tanto el precio como la posibilidad de elaborar productos nuevos que incorporen mucha tecnología.

En definitiva, el futuro del sector no estará en competir en precios con países terceros, sino en calidad y nuevos productos, y, sobre todo, en incorporar todos los servicios necesarios para la distribución y venta de los productos.

## 2. PRINCIPALES RESULTADOS DE LA CAMPAÑA HORTOFRUTÍCOLA

Resulta difícil encontrar una campaña agrícola que no haya sufrido alguna incidencia que afecte a la producción hortícola. En este caso los problemas han sido causados por las malas condiciones climáticas que tuvieron que soportar los cultivos durante los meses de enero, febrero y marzo, impidiendo que se haya alcanzado un valor récord de producción. Hasta finales de diciembre las cantidades cosechadas se habían incrementado en más de un 5%, sin embargo, la producción se redujo más de un 12% entre enero y abril. El resultado final muestra un descenso de la producción del 1,4% hasta situarse en los 2,63 millones de toneladas. Las exportaciones muestran igualmente una ligera tendencia a la baja con una reducción del 2,6%, lo que representa uno envíos totales al exterior de 1,43 millones de toneladas.

La destrucción de más de 500 hectáreas de invernaderos, como consecuencia del granizo caído en el mes de febrero, puede intensificar el proceso de renovación de las estructuras, que se estaba realizando de manera modesta en los últimos años. Ésta es una de las tareas pendientes del sector almeriense ya que nos encontramos en una situación de práctica estabilización en los rendimientos de los cultivos, cuando habíamos asistido a una duplicación de los mismos en la primera mitad de la década de los noventa. Además, las situaciones climatológicas extremas son más fáciles de controlar en la medida en que se mejora la hermeticidad de los invernaderos y que aumenta el volumen de los mismos.

El valor de la producción hortofrutícola ha alcanzado un valor próximo a los 1.500 millones de euros, superando las cifras alcanzadas la campaña anterior en un 9,4% en valores corrientes. Con respecto al valor medio de la producción de los últimos cinco años, y considerando las cifras en términos constantes, la mejora ha sido del 6,9%. Sin lugar a dudas, a nivel de productores individuales, el resultado de la campaña ha estado muy condicionado por las repercusiones que hayan tenido sobre las explotaciones los daños provocados por el frío. Además, se da la circunstancia de que algunos productores reaccionaron frente a la pérdida de plantaciones de tomate, principalmente, con la plantación masiva de melón. La concentración de la cosecha de esta especie a partir de la segunda mitad del mes de mayo provocó un descenso generalizado en las cotizaciones empeorando la situación financiera de dichos agricultores.

Como comportamiento generalizado, se puede afirmar que los efectos del frío no sólo se dejaron sentir sobre los niveles productivos sino que también afectaron a la calidad de los productos cosechados. A partir de las primeras semanas de marzo se observa una caída generalizada de los precios muy superiores a la tendencia normal de otros años.

A nivel de costes de producción se mantiene la tendencia del progresivo incremento de los mismos, aunque este año se ha visto acentuada por el inicio de las fuertes subidas en el precio de los productos energéticos, que van a tener una repercusión más importante para la campaña 2005/2006. Los conceptos más inflacionistas han sido el plástico, con un aumento del 18%, el transporte y las semillas, con crecimientos del 6%, mientras que sólo han disminuido los gastos en fitosanitarios y comunicaciones. El balance final ha sido de un aumento del 3,1% del gasto total.

Hasta ahora los incrementos en los costes de producción están siendo compensados con el aumento de los precios conseguidos por los agricultores, lo que está permitiendo mantener la rentabilidad de las explotaciones. Esta mejora en los precios se debe más a la progresiva incorporación de variedades de mayor valor que a una mejora de las cotizaciones de las variedades tradicionales. En el caso del tomate prácticamente se han igualado las cantidades comercializadas como suelto y en rama y han aumentado notablemente las especialidades como el *cherry*, *coctail* y *raf*. En sandía se está sustituyendo la sandía negra por la sin pepita y se están introduciendo con notable éxito en el mercado variedades de menor tamaño.

El comportamiento por cultivos ha estado claramente marcado por una mejora en el precio del tomate, que ha pasado de un valor medio de 0,396 euros por kilogramo en la campaña 2003/2004 a 0,652 euros/kg el pasado año. Igualmente positivo ha sido para el calabacín que ha mejorado en un 56%. En este segundo caso se debe al esfuerzo que están realizando los agricultores y las empresas de comercialización por ofrecer un producto de alta calidad, muy valorado en los principales mercados consumidores, y que puede responder a la creciente competencia marroquí. Las ventajas que aporta la mayor cercanía a los mercados permite suministrar frutos con una mayor frescura. También han mejorado las liquidaciones a los agricultores para la berenjena, a pesar de haber sido la hortaliza que más ha incrementado la producción con un 8,8%, y para la judía verde. Sin embargo, este cultivo continúa el descenso acusado de la producción, representando en la actualidad el 41% de las cifras obtenidas hace cinco o seis años. La ausencia de proyectos de investigación para mejorar el material vegetal, el elevado coste de la mano de obra y la creciente competencia procedente de Marruecos y otros países africanos nos permiten pronosticar la práctica desaparición de este cultivo en los invernaderos almerienses a medio plazo.

	Marruecos	Francia	Holanda	Kenia	Egipto	España	Alemania	Belgica	Senegal	Italia
Toneladas	84.784	78.384	50.693	29.453	28.333	25.447	9.016	8.818	5.623	4.073

**■ TABLA 1.**  
**PRINCIPALES PAÍSES**  
**EXPORTADORES DE JUDÍA VERDE**  
**A LA UE-25. AÑO 2004**

Fuente: Eurostat.

Las especies hortofrutícolas que han visto descender el precio medio pagado a los agricultores están encabezadas por el melón, que ha descendido en un 26%. Esta situación ha venido provocada por una fuerte concentración de la producción durante la segunda quincena de mayo y la primera de junio, que causó un desplome total de los precios. El pepino estuvo sometido durante los últimos meses de 2004 a una fuerte presión de la oferta, con un aumento de la producción del orden del 28% en noviembre y del 40% en diciembre, lo que provocó el mantenimiento de los precios en niveles muy bajos. A partir de enero se estabilizaron las cantidades y mejoraron notablemente las cotizaciones, con la particularidad de que beneficiaron notablemente a los agricultores que contaban con buenas estructuras, permitiéndoles alargar la producción hasta finales de febrero.

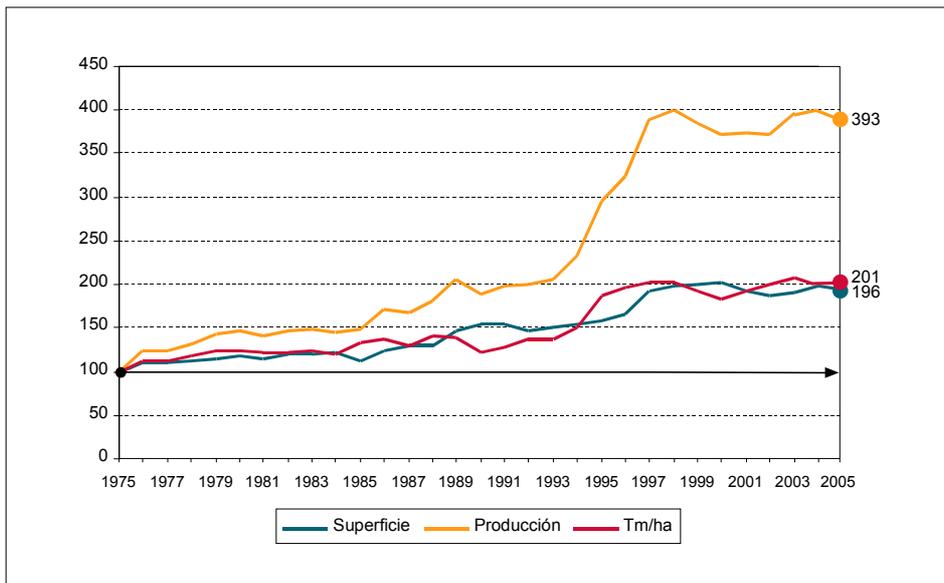
El pimiento ha descendido su precio medio en un 13%, pero se encuentra en niveles superiores a la media de los últimos cinco años.

El precio medio de la sandía ha bajado un 11%, sin embargo en este aspecto hay que tener en cuenta que cada vez se cultivan nuevas variedades de mayor valor, por lo que el descenso para la sandía tradicional ha sido notablemente superior.

Con respecto a las tendencias más importantes que se observan en el sector cabe destacar las siguientes:

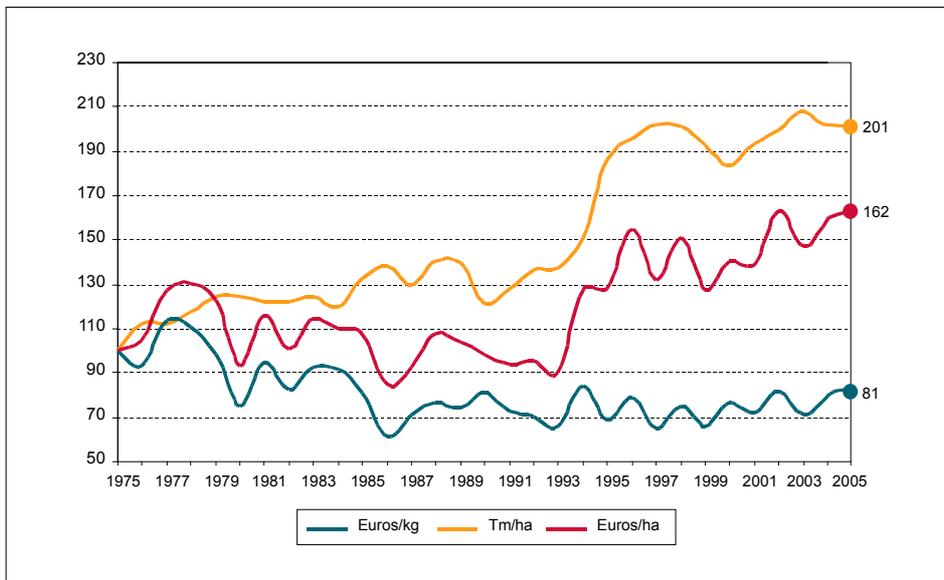
- Se está acentuando la presión urbanística ejercida sobre numerosas zonas ocupadas actualmente por invernaderos. En muchos casos se están firmando opciones de compra condicionadas a la recalificación definitiva de los terrenos. A corto plazo está provocando una escasa renovación de las estructuras y la realización de las labores de mantenimiento y conservación mínimas. A medio y largo plazo puede suponer la reinversión de parte de las plusvalías obtenidas en nuevas explotaciones con modernas estructuras.
- La diversificación de las variedades cultivadas está permitiendo a la horticultura almeriense responder adecuadamente a la competencia procedente de terceros países, y muy especialmente a las exportaciones marroquíes de tomate y calabacín, principalmente.
- La otra vía para diferenciarse de la competencia es la implantación de normas de calidad en la producción, tanto las normas de producción controlada enmarcadas dentro de la serie UNE 155.000 como las de producción integrada y de agricultura ecológica.
- Las elevadas rentabilidades que están ofreciendo otras actividades económicas, como la construcción y el turismo, están retrayendo recursos para reinvertir en el complejo agroalimentario de la provincia. Sería especialmente interesante iniciar actividades de incorporación de valor a las hortalizas almerienses mediante procesos de transformación de quinta gama.

A continuación se presentan una serie de gráficas donde se analiza la evolución de las principales variables del sector:



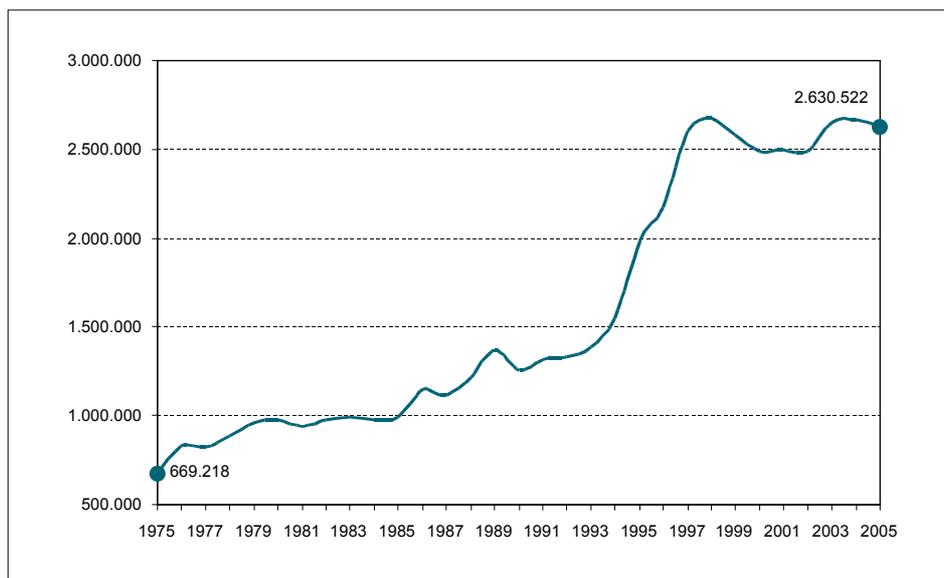
**GRÁFICO 1.**  
EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE,  
PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO  
POR HECTÁREA.  
ÍNDICE 1975=100

Fuente: Delegación de Agricultura y Pesca de Almería. CAP. Elaboración propia



**GRÁFICO 2.**  
RENTABILIDAD DE LA  
PRODUCCIÓN HORTÍCOLA.  
ÍNDICE 1975=100

Fuente: Delegación de Agricultura y Pesca de Almería. CAP. Elaboración propia.

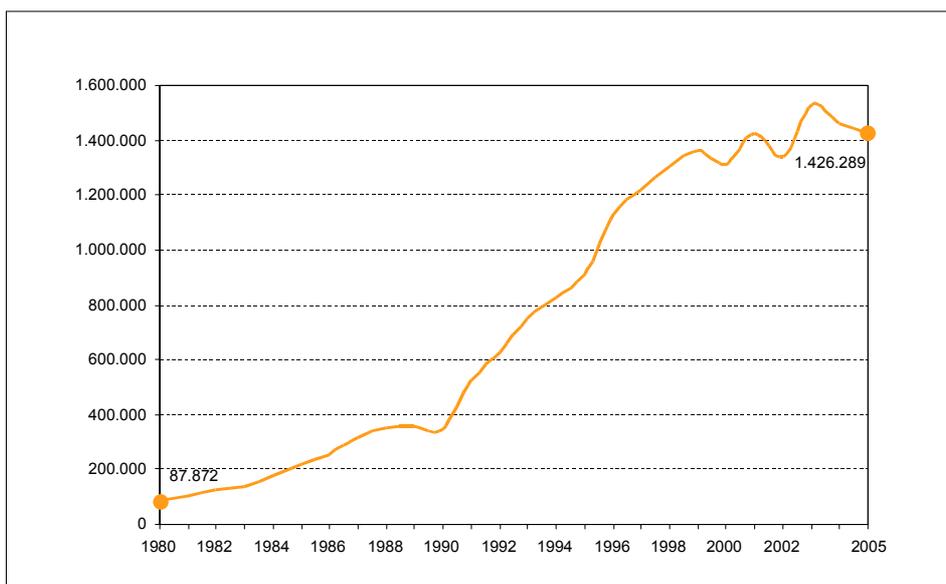


**GRÁFICO 3.**  
EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN  
HORTOFRUTÍCOLA. TONELADAS.  
SERIE 1975-2005

Fuente: Delegación de Agricultura y Pesca de Almería. CAP. Elaboración propia.

**GRÁFICO 4.**  
**EVOLUCIÓN DE LAS**  
**EXPORTACIONES**  
**HORTOFRUTÍCOLAS. TONELADAS.**  
**SERIE 1980-2005**

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.



**GRÁFICO 5.**  
**EXPORTACIÓN SOBRE**  
**PRODUCCIÓN HORTOFRUTÍCOLA.**  
**EN PORCENTAJE.**

Fuente: Dirección General de Aduanas. Elaboración propia.



Los hechos más significativos que se han producido a lo largo de la campaña hortofrutícola 2004/2005 se pueden ordenar del modo siguiente.

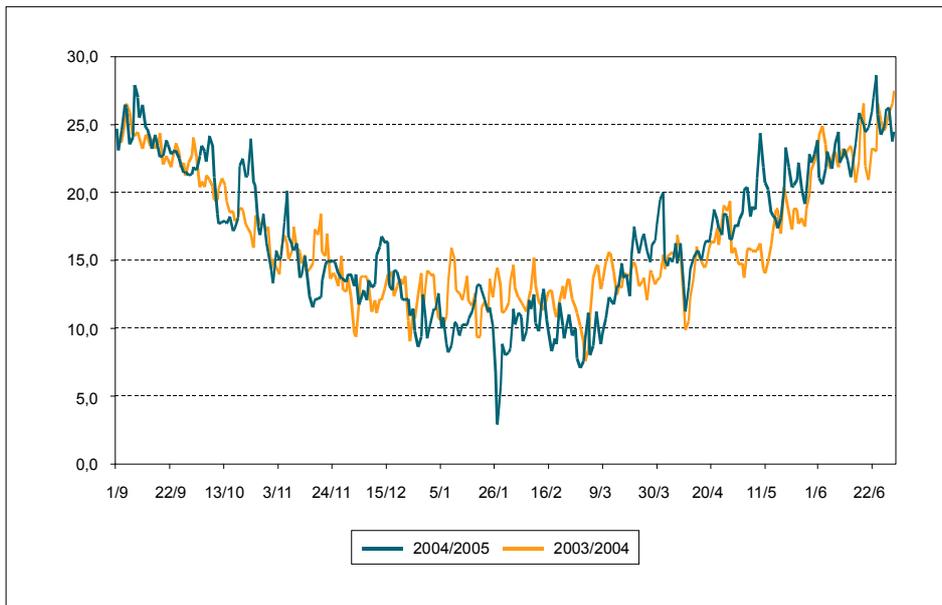
**3. INCIDENCIAS DE**  
**CAMPAÑA**  
**3.1. CONDICIONES**  
**CLIMÁTICAS**

Sin lugar a dudas, el factor que ha tenido una mayor influencia sobre el desarrollo de los cultivos ha sido los distintos accidentes climatológicos sufridos, especialmente durante los meses de febrero y marzo.

Durante los últimos meses del año 2004 las temperaturas registradas fueron muy similares a las de años anteriores, con algunos repuntes en determinados momentos que ayudaron a mantener elevados niveles productivos en noviembre y diciembre. Sin embargo, a partir de la última semana del mes de enero se produjo un descenso pronunciado de las temperaturas que ha llevado a alargar los periodos de maduración de los frutos, en el mejor de los casos, e incluso a la

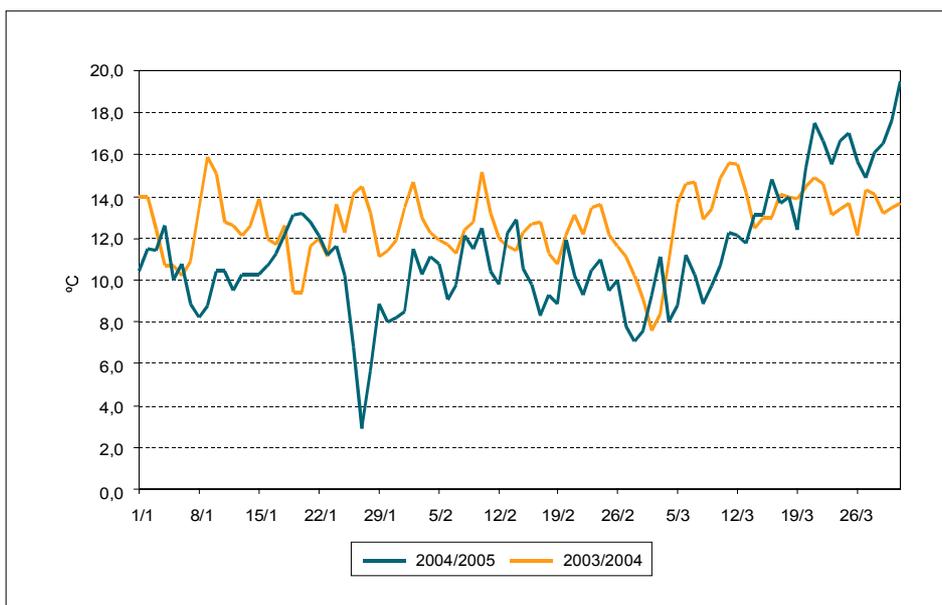
pérdida de plantaciones por heladas. En la Estación Experimental de Cajamar, "Las Palmerillas", se ha llegado a registrar una temperatura mínima de 3°C bajo cero. Este valor seguramente habrá sido superado en algunas zonas productoras, y especialmente en el Campo de Níjar.

Desde el punto de vista pluviométrico ha sido un año excepcionalmente seco, con unas lluvias totales que apenas contabilizaron los 200 litros por metro cuadrado en la zona del poniente y 121 l/m<sup>2</sup> en Níjar. Esta situación ha ayudado a reducir los problemas de ataques fúngicos en las plantaciones pero habrá influido negativamente sobre los recursos hídricos disponibles en el subsuelo.



**GRÁFICO 6.**  
TEMPERATURA MEDIA CAMPAÑA  
2003/2004 Y 2004/2005

Fuente: Estación Experimental de Cajamar, "Las Palmerillas".



**GRÁFICO 7.**  
TEMPERATURA MEDIA ENERO-  
MARZO

Fuente: Estación Experimental de Cajamar, "Las Palmerillas".

### 3.2. LIMPIEZA DEL CAMPO

Los problemas de deposición indiscriminada de los residuos generados por la actividad agraria se han reducido considerablemente en el campo almeriense, existiendo en la práctica totalidad de las zonas productoras contenedores a disposición de los agricultores y empresas encargadas de la retirada de los mismos. De igual forma, se han establecido los mecanismos necesarios para asegurar la retirada de todos los envases que hayan contenido productos potencialmente peligrosos para el medio ambiente, como son fitosanitarios y fertilizantes. No obstante, aún queda mucho trabajo por realizar hasta la completa normalización de la recogida de residuos.

Se sigue trabajando en las técnicas para la reutilización/reciclaje de los mencionados residuos, siendo en la actualidad los procesos de cogeneración eléctrica los que permiten conseguir una mejor valorización de los mismos. Por parte de la Universidad se sigue investigando en procesos de compostaje que permitan generar materia orgánica reutilizable en agricultura, jardinería y trabajos forestales.

Quedan por resolver los problemas de almacenamiento en momentos puntuales de la campaña, cuando se produce la retirada masiva de las viejas plantaciones, que lleva a la colmatación de las instalaciones disponibles.

### 3.3. PRESENCIA DE PLAGAS Y ENFERMEDADES

Las demandas del mercado están llevando al sector agrícola, en general, y al hortofrutícola, en particular, a una situación difícilmente sostenible. Por un lado, se exigen productos de una calidad comercial excepcional, para lo que hay que evitar cualquier contacto con las plagas que puedan deteriorar la imagen de los frutos. Por otro, se están eliminando continuamente materias activas utilizables en la lucha contra dichas plagas y se están reduciendo los límites máximos de residuos permitidos para aquellas materias que todavía pueden ser aplicadas.

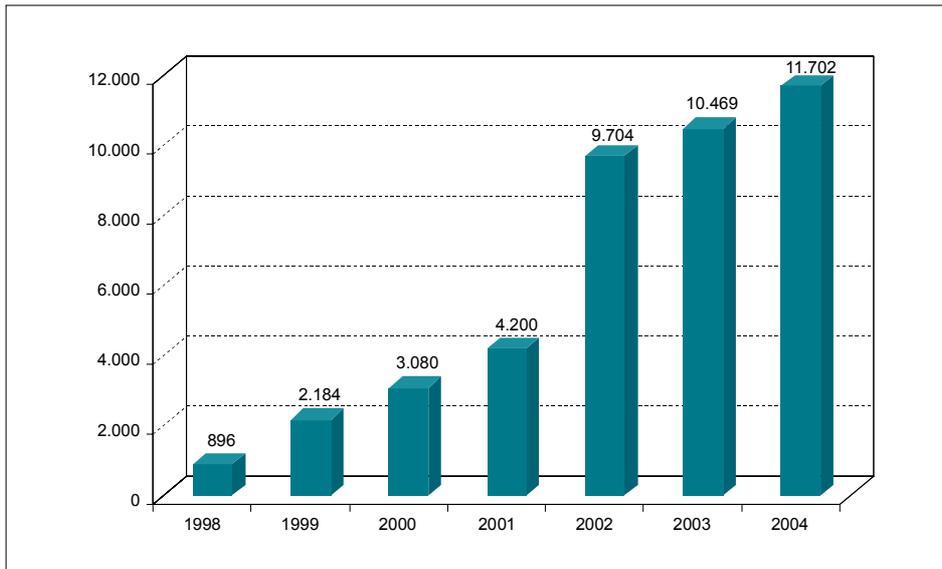
Las especiales condiciones climatológicas que disfruta la provincia de Almería evita que las bajas temperaturas eliminen a los principales enemigos de la horticultura almeriense. Habrá que seguir concentrando el esfuerzo en las medidas preventivas que eliminan los reservorios donde se reproducen y conservan las plagas.

Al mismo tiempo habrá que seguir insistiendo en el desarrollo de métodos naturales de lucha biológica. Teniendo en cuenta que los mayores daños están provocados por *trip* y *mosca blanca*, el esfuerzo para el desarrollo de depredadores naturales habrá que priorizarlo en este sentido.

### 3.4. NORMAS DE CALIDAD

El proceso de implantación de normas de calidad en la producción continúa con la progresión experimentada en los últimos cinco años, estando más de la mitad de la superficie invernada de la provincia de Almería certificada por algún sistema de calidad. En concreto, la norma UNE 155.001 estaba implantada a finales de 2004 en 11.700 hectáreas.

Cabe hacer una mención especial a los sistemas de agricultura ecológica que, a pesar de las dificultades para su aplicación en modelos de producción tan



**GRÁFICO 8.**  
**EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE**  
**CERTIFICADA EN ALMERÍA POR LA**  
**NORMA UNE 155.001.**  
**A 31 DE DICIEMBRE**

Fuente: Aenor.

intensivos como es el de la agricultura almeriense, progresivamente van sumando un mayor número de hectáreas hasta alcanzar en la actualidad las 200. Los operadores de la provincia están demostrando su elevada capacidad técnica, su compromiso con el medio ambiente y su visión empresarial para dar respuesta a una demanda del mercado. Aunque represente un porcentaje muy pequeño del comercio total de frutas y hortalizas tiene una gran importancia cualitativa. Además, estos sistemas de producción generan unas importantes sinergias al provocar el desbordamiento de las técnicas utilizadas hacia la horticultura convencional, y al mejorar la imagen que los consumidores tienen de los productos almerienses.

En años especialmente difíciles desde el punto de vista hídrico se pone de manifiesto el esfuerzo realizado por los agentes del sector para la optimización en el uso del agua.

Desde hace muchos años se actuó por el lado de la demanda reduciendo el consumo mediante tecnologías como el riego por goteo, la mejora de las canalizaciones de distribución, la cubrición de balsas y la medición de las necesidades de los cultivos.

Al mismo tiempo se han puesto en marcha proyectos para la reutilización de las aguas depuradas generadas por los principales núcleos de población.

El año pasado aumentó notablemente la oferta con la entrada en funcionamiento del trasvase del Negratín, que resuelve parte de las necesidades de la comarca del Almanzora.

Y para finales del 2005 se va a poder utilizar el agua producida por la desaladora de Carboneras, y que va a aliviar notablemente el déficit existente en el Campo de Níjar.

### 3.5. AGUA

## 4. FACTORES DETERMINANTES DE LOS COSTES DE PRODUCCIÓN

### 4.1. MANO DE OBRA

Las variaciones de costes más significativas que han experimentado las explotaciones hortícolas intensivas vienen recogidas a continuación y se han clasificado en función de los conceptos que forman la estructura de gasto.

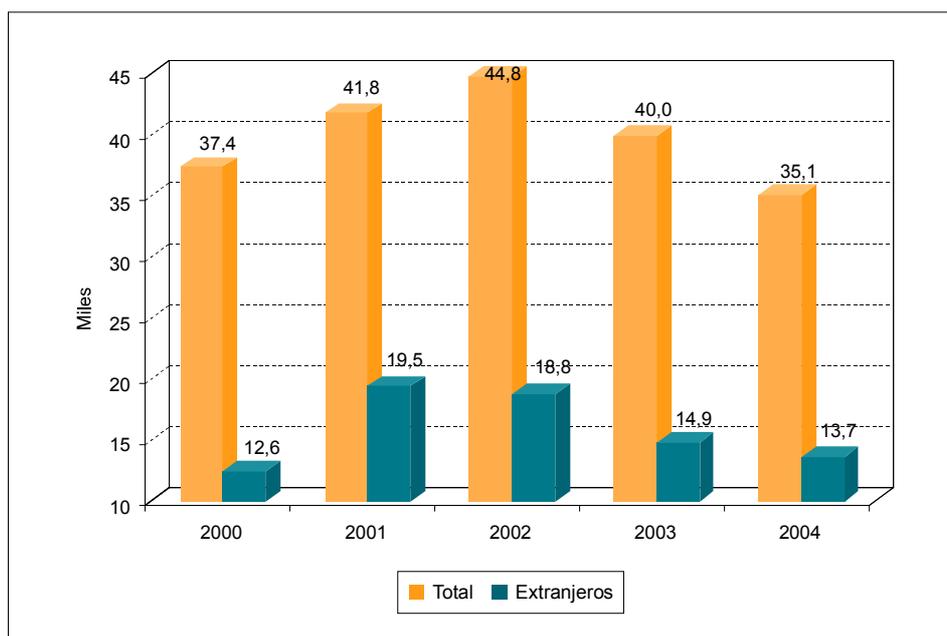
La evolución desde las estructuras productivas familiares, que han caracterizado tradicionalmente al sector hortofrutícola almeriense, hacia explotaciones de carácter más empresarial, está obligando a incrementar la contratación de mano de obra. Estas crecientes demandas de mano de obra por parte de las empresas chocan con las rigideces de la oferta, ya que los trabajadores españoles y los extranjeros que cuentan con permiso de trabajo prefieren realizar otro tipo de labores, generalmente mejor remuneradas.

Esta situación ha llevado a que exista un elevado nivel de irregularidad en el campo almeriense, como parecen demostrar las estadísticas de trabajadores extranjeros afiliados al régimen especial agrario de la seguridad social, que no ha dejado de descender desde el año 2001, a pesar de que no han disminuido las necesidades del sector.

Las soluciones a este problema pasan por una serie de actuaciones en las que se tienen que implicar tanto la Administración como los propios empresarios y sus organizaciones representativas. Parece claro que la reciente regularización volverá a resolver temporalmente el problema, pero llevará a una situación similar en el plazo de un año. Las contrataciones en origen han demostrado su utilidad y ha sido el sistema que finalmente se ha implantado en la producción fresera de la provincia de Huelva. Al igual que allí, dada la escasa dimensión que tienen la mayor parte de las empresas hortofrutícolas, los procesos de selección y contratación en origen tienen más sentido realizarlos a nivel de asociaciones empresariales y organizaciones profesionales que por los empresarios directamente. Igualmente, habría que distribuir las tareas para asegurar el trabajo de forma continuada durante al menos nueve meses al año.

**GRÁFICO 9.**  
**NÚMERO DE TRABAJADORES AFILIADOS AL RÉGIMEN ESPECIAL AGRARIO DE LA SEGURIDAD SOCIAL. A 31 DE DICIEMBRE**

Fuente: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.



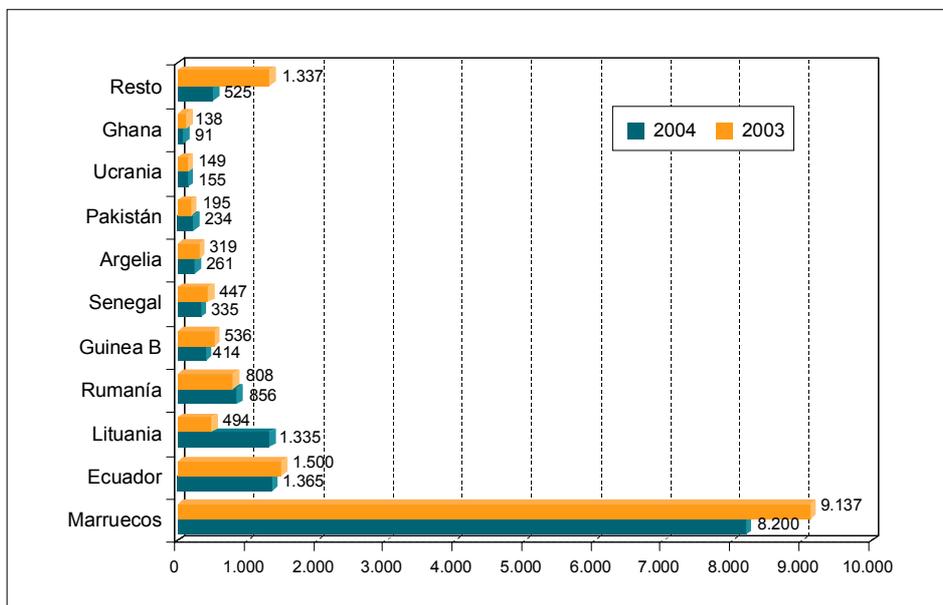
Otra vía para mejorar el atractivo del sector para los trabajadores consiste en facilitar la realización de las tareas más duras mediante la incorporación de tecnología, como puede ser la aplicación de tratamientos fitosanitarios o el transporte de los productos. Otro aspecto que se podría mejorar sería el establecimiento de sistemas de remuneración en función de la productividad del trabajador.

Estas medidas pueden ayudar a mejorar la baja productividad del factor trabajo en la agricultura almeriense.

Al mismo tiempo, dada la escasa o nula capacitación previa de los trabajadores inmigrantes, sería interesante la realización de cursos eminentemente prácticos que permitan familiarizarse con las principales técnicas de producción.

En cuanto a la distribución de los trabajadores por nacionalidades, el colectivo marroquí sigue siendo el más importante, seguido por ecuatorianos. No obstante, se observa un descenso generalizado en los trabajadores de origen africano y latinoamericano, y sólo han aumentado los procedentes del este europeo. Esta circunstancia viene motivada porque los procesos de contratación en origen que se han celebrado durante el año pasado han ido dirigidos, principalmente, hacia trabajadores de dichos países. Lituanos y rumanos son los que han incrementado su presencia en mayor medida.

El incremento que ha tenido el concepto de mano de obra en los costes de producción se ha estimado en un 3%.



**GRÁFICO 10.**  
TRABAJADORES EXTRANJEROS  
AFILIADOS AL RÉGIMEN ESPECIAL  
AGRARIO DE LA SEGURIDAD  
SOCIAL, EN ALTA LABORAL, EN LA  
PROVINCIA DE ALMERÍA A FECHA  
DE 31 DE DICIEMBRE

Fuente: Ministerio de Trabajo y  
Asuntos Sociales.

#### 4.2. PRODUCTOS FITOSANITARIOS

Basándonos en los datos aportados por las empresas asociadas a AEPLA, las cantidades consumidas de productos fitosanitarios se han incrementado en un 0,4%, con un alza importante en fungicidas y mucho más suave para los insecticidas. Por el contrario ha bajado fuertemente el consumo de nematocidas. Por lo que se refiere al valor de los productos consumidos, se ha producido un descenso del 6%, motivado por la caída en los precios de los productos más importantes.

Se está observando un incremento notable de las compras de productos de lucha biológica, siendo cada vez mayor el número de empresas que se están implantando en este segmento de mercado.

#### 4.3. PLÁSTICOS Y ABONOS

El precio del plástico está totalmente condicionado por las cotizaciones del petróleo, ya que de éste se extraen las principales materias necesarias para su fabricación, y desde mediados del año 2003 no ha dejado de subir hasta alcanzar niveles récord durante el verano de 2005. Esta situación ha provocado un encarecimiento del plástico que, para la campaña 2004/2005, se estima en un 18%, al que habría que añadir una subida del 7% para la campaña anterior.

La inflación para los fertilizantes ha sido mucho más modesta, registrándose un encarecimiento del 2,7%.

#### 4.4. COSTES FINANCIEROS

La situación de estancamiento económico en la que está sumida la mayor parte de la Europa continental ha servido para contener los tipos de interés, manteniéndose el tipo oficial en el 2%. Las tensiones inflacionistas que está provocando el alza en los precios del petróleo puede dar lugar a un entorno ligeramente distinto a corto plazo.

El Euribor, indicador de referencia para la mayor parte de los préstamos a que están acogidos las explotaciones agrarias, se ha mantenido por debajo del 2,4% desde principios del año 2003. Esta situación ha facilitado la financiación de las empresas, tanto en préstamos de campaña como de inversión, en unas condiciones excepcionalmente favorables.

#### 4.5. SEMILLAS Y PLANTONES

Una de las principales variables de competitividad de la horticultura almeriense es la capacidad para incorporar nuevas variedades vegetales que ayuden a satisfacer los gustos y necesidades de los consumidores, y que permitan diferenciarnos de la competencia procedente del norte de África. En esta labor juegan un papel fundamental las casas de semillas a través de los proyectos de investigación para el desarrollo de nuevo material vegetal.

Si bien a corto plazo hay que responder a las necesidades de tolerancia a los ataques de determinadas plagas, los proyectos de medio plazo actúan sobre el desarrollo de productos más sabrosos, que se conservan más tiempo y hacia formatos más pequeños que se adapten a la cada vez más reducida dimensión de los hogares europeos.

El incremento del coste de las semillas continua con la misma tendencia observada en años anteriores, produciéndose un encarecimiento estimado en el 6%.

Los gastos de transporte han sido el segundo concepto más inflacionista como consecuencia del ya mencionado encarecimiento del petróleo, estimándose una subida del 6,7%. La energía, principalmente eléctrica, ha tenido un comportamiento más moderado subiendo en un 3%.

Con objeto de poder realizar una comparación de la evolución de los costes de producción para una determinada explotación agraria, se ha construido una estructura de costes para una explotación tipo, representada por un invernadero tipo "raspa y amagado", de reciente construcción, con una superficie media de una hectárea. Se han ponderado las orientaciones productivas más frecuentes como son: tomate, pimiento-melón, pepino-sandía, calabacín-calabacín, judía verde-judía verde; y las dos principales zonas de producción: poniente y levante. Hay que indicar que esta estructura no es la media de todo el sector, ya que para invernaderos antiguos los costes totales pueden reducirse, aunque normalmente también lo hará la producción obtenida. Igualmente para estructuras de mayor dimensión superficial se podrán conseguir economías de escala que reducirán los costes unitarios.

#### 4.6. ENERGÍA Y TRANSPORTE

#### 4.7. RESUMEN DE LA ESTRUCTURA DE COSTES DE UNA EXPLOTACIÓN

■ **TABLA 2.**  
ESTRUCTURA DE COSTES DE PRODUCCIÓN DE UNA EXPLOTACIÓN TIPO. EUROS/HA.

	2002/2003		2003/2004		2004/2005		Variación
	Euros	% gtos anuales	Euros	% gtos anuales	Euros	% gtos anuales	%
<b>Gastos corrientes</b>							
Mano de obra	18.014	36,0	18.550	36,2	19.106	36,2	3,0
Semillas y plantones	3.529	7,1	3.687	7,2	3.908	7,4	6,0
Agua	1.200	2,4	1.250	2,4	1.250	2,4	0,0
Agroquímicos	7.908	15,8	7.986	15,6	8.028	15,2	0,5
<i>Fertilizantes</i>	3.339	6,7	3.406	6,7	3.499	6,6	2,7
<i>Fitosanitarios</i>	4.569	9,1	4.580	8,9	4.529	8,6	-1,1
Energía	936	1,9	954	1,9	983	1,9	3,0
Servicios	5.120	10,2	4.968	9,7	5.098	9,7	2,6
<i>Transporte</i>	1.572	3,1	1.611	3,1	1.719	3,3	6,7
<i>Comunicaciones</i>	401	0,8	399	0,8	397	0,8	-0,5
<i>Costes financieros y seguros</i>	3.147	6,3	2.958	5,8	2.982	5,6	0,8
Otros gastos	1.375	2,7	1.416	2,8	1.458	2,8	3,0
<b>Total gastos corrientes</b>	<b>38.082</b>	<b>76,1</b>	<b>38.811</b>	<b>75,8</b>	<b>39.831</b>	<b>75,4</b>	<b>2,6</b>
<b>Gastos de amortización</b>							
Sustrato	2.300	4,6	2.350	4,6	2.445	4,6	4,0
Estructura de invernaderos	3.800	7,6	4.000	7,8	4.000	7,6	0,0
Plástico	2.150	4,3	2.300	4,5	2.723	5,2	18,4
Sistema de riego	2.150	4,3	2.180	4,3	2.220	4,2	1,8
Balsa de riego	340	0,7	345	0,7	345	0,7	0,0
Otros	1.213	2,4	1.220	2,4	1.250	2,4	2,5
<b>Total gastos de amortización</b>	<b>11.953</b>	<b>23,9</b>	<b>12.395</b>	<b>24,2</b>	<b>12.983</b>	<b>24,6</b>	<b>4,7</b>
<b>Total gastos anuales</b>	<b>50.035</b>	<b>100,0</b>	<b>51.206</b>	<b>100,0</b>	<b>52.814</b>	<b>100,0</b>	<b>3,1</b>

Fuente: Elaboración propia.



Como resumen se puede indicar que los costes medios de producción se han incrementado en un 3,1% durante la última campaña, siendo más importante la subida experimentada en los elementos de inversión que en los corrientes. La subida del plástico ha sido el principal responsable, mientras que el coste de las estructuras de invernaderos se han mantenido constantes por la estabilización de los precios del acero.

## 5. FACTORES DETERMINANTES DE LOS INGRESOS

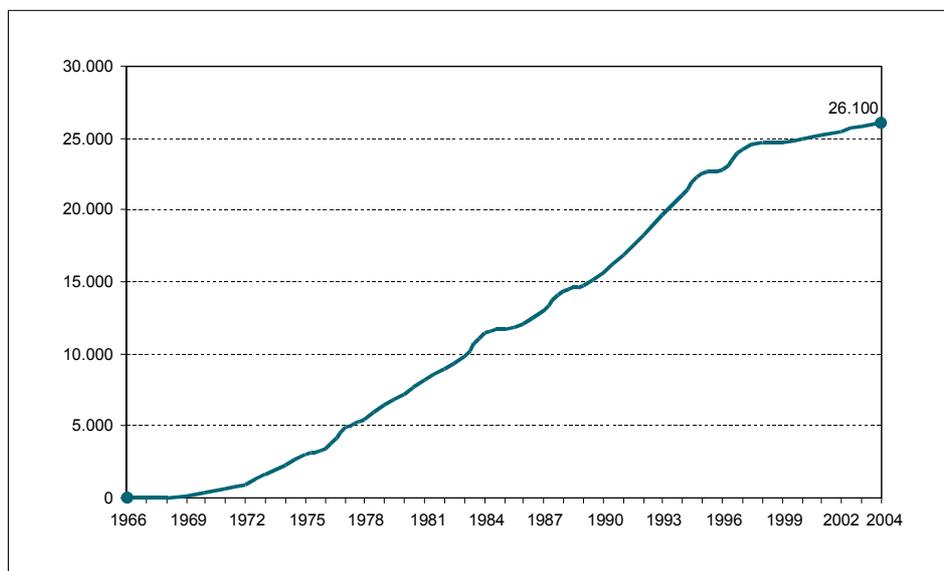
### 5.1. EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE DE PRODUCCIÓN

La superficie invernada se encuentra prácticamente estabilizada en las 26.000 hectáreas, y aunque se siguen construyendo nuevas estructuras invernadas, cada vez son más las explotaciones que están prácticamente abandonadas, o notablemente deterioradas, como consecuencia de la presión inmobiliaria a que está sometida gran parte de la provincia. El único municipio que sigue mostrando una clara tendencia expansiva es Níjar, potenciado además por la inminente llegada del agua desalada de Carboneras.

Por cultivos se observa, asimismo, una estabilización entre las distintas especies, con la única excepción de la judía verde que ha visto reducida su superficie en casi un 20% durante la pasada campaña. De forma coyuntural se ha incrementado la extensión de melón, pero ha sido como consecuencia del comportamiento de muchos agricultores que perdieron sus plantaciones de tomate con los fríos del mes de febrero y que han intentado obtener ingresos con cultivos de ciclo corto.

**GRÁFICO 11.**  
EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE INVERNADA EN ALMERÍA. HECTÁREAS

Fuente: FIAPA, Delegación de Agricultura y Pesca.  
Elaboración propia.



Las series de producción elaboradas se estiman a partir de los datos publicados por la Delegación en Almería de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, del Centro de Asistencia Técnica de Inspección de Comercio Exterior SOIVRE de Almería, del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria y de las principales empresas de comercialización. Para la campaña 2004/2005 se han obtenido como cifras más significativas las siguientes:

- La producción total estimada ha experimentado un descenso del 2% para los cultivos bajo plástico, y del 1,4% para el total de hortalizas, incluidos los cultivos al aire libre de lechuga y brócoli. Para los primeros se ha alcanzado una cifra total de casi 2,48 millones de toneladas, frente a los 2,53 millones de la campaña anterior.
- La evolución por especies ha sido heterogénea, con aumentos en Berenjena (8,8%), sandía (7%), pimiento (5,2%) y pepino (0,8%). Han descendido las producciones de judía verde (-30%), calabacín (-8%), tomate (-7,1%) y melón (-5%). El descenso acumulado de judía verde en las tres últimas campañas supera el 72%.

Se ha producido un ligero descenso en las cantidades exportadas pasando de 1,46 millones de toneladas de la campaña 2003/2004 a 1,43 millones en la 2004/2005. No obstante, ha sido el tercer mejor año en envíos al exterior de las hortalizas almerienses y ha significado una mejora notable en la cuantía económica de dichas exportaciones, que han alcanzado un valor de 1.350 millones de euros, con una mejora del 4% con respecto a la campaña anterior.

Aunque el peso de las exportaciones con respecto a la producción total ha registrado un ligero descenso, se sitúa de manera estable en torno al 55%.

Los hechos más relevantes de la presente campaña han sido los siguientes:

- Casi todas las especies han experimentado un descenso en las cantidades exportadas, con las únicas excepciones de la judía verde, que se ha visto incrementado en más de un 22%, y la sandía, con aumento del 26%. Las mayores bajadas se han registrado en col china (-30%) y tomate (-12%). El resto de hortalizas han sufrido pequeñas oscilaciones. Los dos productos que más han subido en sus envíos al exterior habían sido los que mayores bajadas habían experimentado en la campaña anterior. Sorprende el caso de la judía, ya que frente a un fuerte descenso de la producción se han mejorado las exportaciones.
- En cuanto a la distribución temporal de las exportaciones, se vuelve a observar un ligero retraso durante los primeros meses, al igual que había ocurrido en la campaña anterior, y un fuerte aumento de cantidades durante el mes de diciembre. Los fríos de principios de año provocaron un descenso en los meses de enero a abril. El final de campaña ha estado más equilibrado con un ligero incremento de los envíos al exterior en los meses de mayo y junio. Teniendo en cuenta la situación de

## 5.2. EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

## 5.3. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

producción de los demás países europeos, podríamos afirmar que el calendario se está adaptando mejor a las oportunidades de mercado, evitando la coincidencia con el final de campaña de las producciones europeas, especialmente las holandesas, e intensificando el esfuerzo comercial durante las épocas de menor competencia. El resultado ha sido que con menos cantidades se han alcanzado mejores cotizaciones.

- La evolución de las exportaciones según destinos muestra un fuerte descenso en las compras realizadas por Alemania del 7%, acumulando un 20% en los últimos dos años. El segundo mercado continua siendo Francia, con un comportamiento también negativo de -5,8%. Holanda ha sido el único de los grandes destinos que ha tenido un comportamiento favorable con un crecimiento del 5,6%. Esta situación hace resaltar la importancia que sigue jugando el mercado holandés como centro de reexportación y su uso por parte de los exportadores almerienses en los momentos de la campaña cuando se producen repuntes de la oferta. El mercado británico presenta una cierta estabilidad e Italia se está consolidando, cada vez más, como un destino a tener en cuenta, con un crecimiento del 6,7% y un acumulado en los últimos cuatro años del 37%. Cabe resaltar el fuerte crecimiento de las ventas a Irlanda, que se han incrementado en un 138%.

Considerando los países bálticos en su conjunto el resultado ha sido positivo, gracias al fuerte aumento de las compras de Dinamarca que han servido para compensar los descensos de Suecia y Noruega.

**■ TABLA 3.**  
EVOLUCIÓN DE LAS CANTIDADES EXPORTADAS DESDE ALMERÍA SEGÚN PRODUCTO. TONELADAS

Fuente: Dirección General de Aduanas.

Producto	2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004	% Var
Berenjena	53.497	58.560	57.937	57.133	-1,4
Calabacín	127.335	134.016	164.913	158.671	-3,8
Col China	9.483	10.995	8.847	6.172	-30,2
Judía Verde	14.176	14.208	8.993	10.997	22,3
Lechuga	74.380	69.661	74.227	81.654	10,0
Melón	80.462	102.212	97.379	94.864	-2,6
Pepino	235.601	275.610	253.076	245.349	-3,1
Pimiento	299.911	310.144	271.320	268.395	-1,1
Sandía	105.795	120.797	99.423	125.649	26,4
Tomate	286.625	367.895	376.085	330.907	-12,0
Otros	53.499	63.992	51.845	46.498	-10,3
<b>Total</b>	<b>1.340.764</b>	<b>1.528.090</b>	<b>1.464.045</b>	<b>1.426.289</b>	<b>-2,6</b>

**■ TABLA 4.**  
EVOLUCIÓN DE LAS CANTIDADES EXPORTADAS DESDE ALMERÍA POR MESES. TONELADAS

Fuente: Dirección General de Aduanas.

Producto	2000-2001	2001-2002	2002-2003	2003-2004	% Var
Septiembre	33.670	41.535	44.404	38.152	-14,1
Octubre	107.061	113.939	107.153	94.967	-11,4
Noviembre	141.636	166.537	147.855	150.843	2,0
Diciembre	149.990	176.321	161.365	201.505	24,9
Enero	170.267	190.719	201.176	174.170	-13,4
Febrero	152.596	156.913	180.777	139.716	-22,7
Marzo	147.708	173.518	175.020	161.755	-7,6
Abril	138.232	134.236	143.882	135.137	-6,1
Mayo	118.374	256.486	174.714	192.209	10,0
Junio	181.230	117.884	127.699	137.832	7,9
<b>Total</b>	<b>1.340.764</b>	<b>1.528.090</b>	<b>1.464.045</b>	<b>1.426.289</b>	<b>-2,6</b>

**■ TABLA 5.**  
**EVOLUCIÓN DE LAS CANTIDADES**  
**EXPORTADAS DESDE ALMERÍA**  
**SEGÚN DESTINO. TONELADAS**

Fuente: Dirección General de Aduanas.

Países	2002-2003	2003-2004	2004-2005	% Var
Alemania	498.600	433.137	402.192	-7,14
Austria	20.936	19.996	19.435	-2,81
Bélgica	38.678	38.837	37.994	-2,17
Dinamarca	18.831	16.552	20.291	22,59
Finlandia	15.859	13.143	13.371	1,74
Francia	275.168	287.543	270.987	-5,76
Grecia	752	807	156	-80,71
Holanda	183.641	195.149	206.391	5,76
Irlanda	2.224	2.134	5.073	137,77
Italia	74.680	78.438	83.894	6,96
Luxemburgo	64	47	31	-33,81
Portugal	40.872	39.085	37.618	-3,75
Reino Unido	160.802	162.017	165.447	2,12
Suecia	44.450	49.451	48.959	-0,99
<b>Total U-15</b>	<b>1.375.557</b>	<b>1.336.335</b>	<b>1.311.839</b>	<b>-1,83</b>
Eslovaquia	2.935	2.855	3.692	29,30
Eslovenia	706	781	63	-91,95
Estonia	419	646	1.031	59,69
Hungría	7.666	7.052	6.866	-2,64
Letonia	1.806	1.416	2.216	56,53
Lituania	1.845	3.131	2.876	-8,13
Polonia	30.375	24.598	18.152	-26,20
Rep. Checa	40.396	32.854	31.674	-3,59
<b>Europa Ampliada</b>	<b>86.148</b>	<b>73.331</b>	<b>66.569</b>	<b>-9,22</b>
<b>Total U-25</b>	<b>1.461.705</b>	<b>1.409.666</b>	<b>1.378.408</b>	<b>-2,22</b>
Noruega	6.029	4.805	4.622	-3,82
Suiza	23.815	22.809	21.382	-6,25
Canadá	6.034	4.498	5.483	21,90
USA	9.809	5.916	3.311	-44,03
Otros países	20.698	16.351	13.083	-19,99
<b>Total Países Terceros</b>	<b>66.385</b>	<b>54.378</b>	<b>47.881</b>	<b>-11,95</b>
<b>Total Exportación</b>	<b>1.528.090</b>	<b>1.464.045</b>	<b>1.426.289</b>	<b>-2,58</b>

Por lo que se refiere a los países de la Europa ampliada, han descendido de manera importante los envíos a Polonia, que prácticamente ha reducido sus compras a la mitad con respecto a los dos años anteriores. En sentido opuesto han mejorado las ventas a Eslovaquia, Estonia y Letonia. Las expectativas creadas de mejora de sus niveles de consumo de frutas y hortalizas no parecen materializarse a corto plazo, a pesar de que el comportamiento de sus economías está siendo positivo y están mejorando sus respectivos poderes adquisitivos. También podemos estar asistiendo a que el último envío hacia estos países se esté realizando desde Holanda.

Por último, comentar el continuo descenso que han sufrido los envíos a EEUU, como consecuencia del elevado tipo de cambio del euro con respecto al dólar y al continuo encarecimiento de los costes de transporte. La estrategia de suministro a este mercado parece estar más orientada al establecimiento de producciones en México.

Señalar que el mercado ruso tampoco termina de recuperarse de la crisis sufrida a finales de la década de los noventa.

### 5.4. EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS

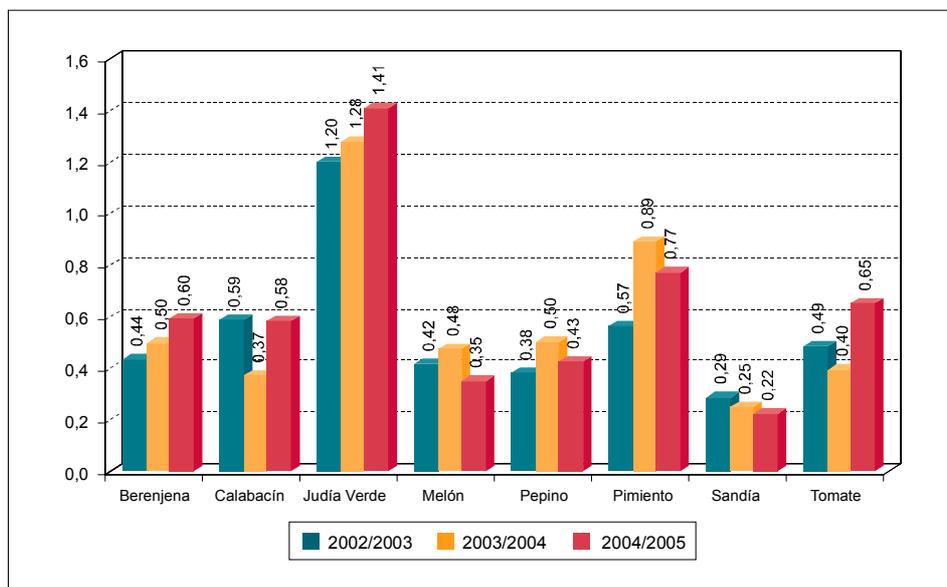
Para calcular la evolución de los precios agrícolas durante la campaña 2004/2005 se ha contado con la colaboración de un amplio número de empresas del sector, que representan más de la mitad de las cantidades totales comercializadas en Almería, tanto en origen como en destino.

Con objeto de poder homogeneizar y comparar los precios, se han tenido en cuenta una serie de consideraciones que pasamos a detallar.

- Los precios medios se han calculado sobre las variedades más usuales de cada especie y reflejan medias ponderadas de las distintas categorías del producto en cuestión, tratándose siempre de los precios percibidos por el agricultor.
- Para tomate se han considerado las variedades de larga duración y ramillete.
- Para pimiento se ha calculado la media ponderada de la variedad california en sus tres colores: verde, rojo y amarillo.
- En pepino la variedad elegida ha sido el tipo Almería.
- En berenjena se ha realizado la media ponderada entre las variedades redonda y larga.
- En judía verde se han considerado todas las variedades existentes.
- Para la sandía se han tomado como referencia los precios medios ponderados de la sandía negra y la sandía sin pepita, mientras que en melón se han ponderado las variedades Cantaloup y Galia.

**GRÁFICO 12.**  
EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS MEDIOS DE LAS PRINCIPALES HORTALIZAS

Fuente: Elaboración propia.



Al igual como ha ocurrido otros años, el comportamiento de los precios medios por especies ha sido inversamente proporcional a la evolución experimentada por las cantidades producidas. Cabe destacar entre las subidas más pronunciadas las obtenidas por el tomate, con un incremento de más del 64%, y del calabacín, que ha mejorado su cotización en un 56%. En el caso de la berenjena nos encontramos una situación en la que las cantidades comercializadas han aumentado en un 9% y el precio recibido por los agricultores ha mejorado en un 19%. La judía verde también ha mostrado un comportamiento positivo, con un crecimiento de los precios del 10%, aunque condicionado por una bajada en la producción del 30%. El descenso más acusado se ha producido en el melón, con una bajada del 26%, y algo más modestos para pepino (-15,5%), pimiento (-13,3%) y sandía (-11%).

El resultado global para la media de todos los productos almerienses ha sido un incremento en los precios del 11,6% y un descenso en las cantidades del 2%.

El balance podría haber sido algo más positivo si no se hubiese producido un hundimiento generalizado de los precios a partir del mes de marzo, aproximadamente. En pepino, por ejemplo, se ha pasado de subastarse en las alhóndigas por encima de 1,4 euros por kilo entre la semana 5 y 7 a caer por debajo de 0,4 €/kg en la semana 10. De igual forma el tomate *long life*, calibre G, pasó de estar a más de 1,75 €/kg entre las semanas 15 y 18, a menos de 0,5 €/kg en la semana 22.

En el Anexo se han recogido los gráficos de precios medios semanales para las principales especies a lo largo de toda la campaña. Asimismo, se comparan los precios en origen con los precios de los mercados mayoristas franceses y alemanes. En cuanto a las cantidades se han comparado las cantidades mensuales comercializadas por las empresas exportadoras durante las dos últimas campañas, así como las cantidades totales para las seis últimas campañas.

El resultado económico de la campaña hortofrutícola puede ser considerado como aceptable, ya que el valor de la producción ha crecido por encima de la tasa de inflación y del incremento de los costes de producción.

No obstante, se pueden distinguir dos partes claramente diferenciadas. La primera se desarrolló hasta mediados del mes de febrero, con cantidades cosechadas similares al año anterior y unos precios medios liquidados al agricultor bastante positivos, con la excepción del pepino. La segunda parte ha estado marcada por la llegada de una ola de frío que ha dañado numerosas plantaciones reduciendo en general las producciones. Al mismo tiempo se ha deteriorado la calidad de los frutos, lo que ha provocado un descenso brusco de los precios a partir de mediados de marzo.

Esta situación ha venido a premiar a los agricultores que habían realizado un mayor esfuerzo inversor en estructuras y tecnologías de producción.

## 6. CONCLUSIONES

**■ TABLA 6.**  
**COMPARACIÓN DE LOS INGRESOS**  
**MEDIOS DE LA CAMPAÑA 2004/**  
**2005 CON LA MEDIA DE LAS**  
**CINCO CAMPAÑAS ANTERIORES**

Fuente: Elaboración propia.

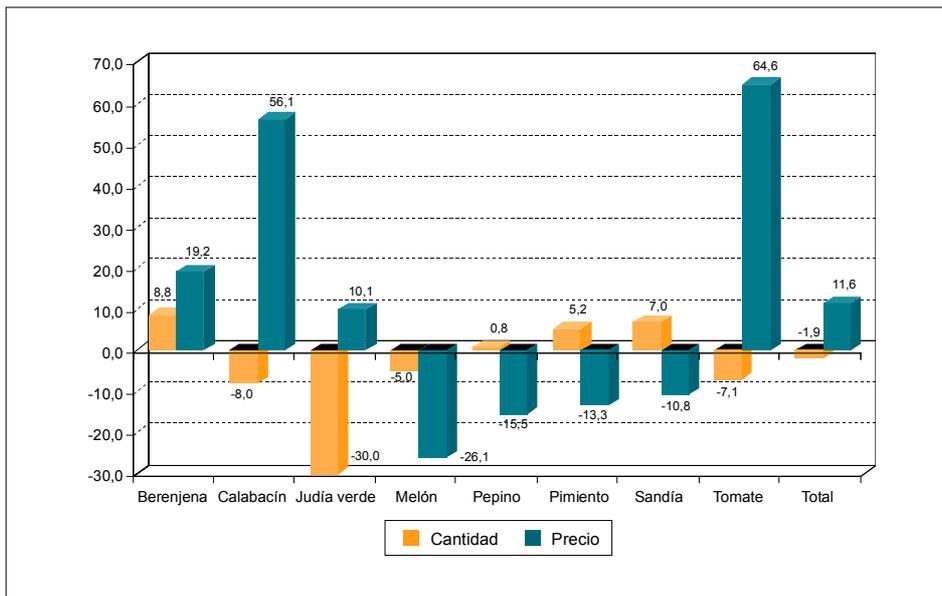
	Media 1999/2004			Campaña 2004/05			% Var. Valor *
	Cantidad (Tm)	Precio (Euro/Kg)	Valor (Miles Euro)	Cantidad (Tm)	Precio (Euro/Kg)	Valor (Miles Euro)	
Berenjena	72.046	0,468	33.696	85.151	0,595	50.665	50,4
Calabacín	222.451	0,477	106.076	230.486	0,584	134.604	26,9
Judía verde	68.514	1,162	79.618	33.059	1,410	46.613	-41,5
Melón	188.987	0,476	89.931	195.139	0,352	68.689	-23,6
Pepino	288.733	0,475	137.019	288.502	0,426	122.902	-10,3
Pimiento	498.367	0,708	352.613	548.942	0,773	424.332	20,3
Sandía	264.480	0,241	63.684	302.850	0,224	67.838	6,5
Tomate	764.880	0,461	352.966	794.393	0,652	517.944	46,7
<b>Total</b>	<b>2.368.458</b>	<b>0,513</b>	<b>1.215.601</b>	<b>2.478.522</b>	<b>0,578</b>	<b>1.433.587</b>	<b>17,9</b>

En las actividades de comercialización no se aprecian avances importantes en el sentido de ascender en la cadena de distribución, hasta llegar a suministrar directamente a las grandes cadenas de supermercados e hipermercados. Los procesos de concentración de la oferta se están realizando de forma muy lenta, frente al rápido crecimiento que están experimentando los grandes operadores del sector. Un ejemplo de este comportamiento es la evolución que está teniendo la agrupación de cooperativas holandesas, integradas en la sociedad *The Greenery* y la adquisición que realizaron de las principales empresas holandesas de negocio hortofrutícola. Tras unos años de adaptación a la nueva filosofía empresarial están demostrando en la actualidad un gran dinamismo, con la masiva adquisición de producto español, que posteriormente distribuyen por toda Europa.

Por otro lado, la competencia procedente de Marruecos y Turquía, principalmente, va a seguir acentuándose hasta la probable liberalización de los intercambios comerciales a partir del año 2010. El proceso de alquiler de tierras agrícolas, que ha puesto en marcha el Reino de Marruecos, permitirá la afluencia de inversiones extranjeras que van a modernizar el sector y van a orientar las mejoras de las tierras hacia producciones exportables, como son los cítricos, frutales, fresas y hortalizas.

Esta tendencia es irreversible y va a exigir de los agentes almerienses un esfuerzo para seguir siendo competitivos, presentándose la ampliación de gama de productos y de calendario de comercialización como los principales factores de mejora. Parte de los beneficios de las empresas tendrán que venir más por la comercialización de productos procedentes de otras zonas que por la producción propia.

Las necesidades de concentración empresarial parecen haber desaparecido del discurso público de los principales agentes del sector. No obstante, se observan continuos movimientos que progresivamente están llevando a un incremento de la cuota de mercado de los operadores más grandes. Si bien en el sector de las alhóndigas se ha reducido considerablemente el número de empresas, entre las cooperativas y SATs el proceso está siendo más lento con dos tendencias observables. Por un lado, se han producido dos fusiones de gran calado, como fue la unión de Vicasol con Almerisol y la más reciente de Agromurgi con Ejidoverde. Por otro, la desaparición de algunas empresas ha provocado la integración de parte de sus agricultores en otras sociedades que ya estaban funcionando.



**GRÁFICO 13.**  
**VARIACIONES PORCENTUALES DE PRECIO Y CANTIDAD PARA LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTÍCOLAS CON RESPECTO A LA CAMPAÑA ANTERIOR**

Fuente: Elaboración propia.

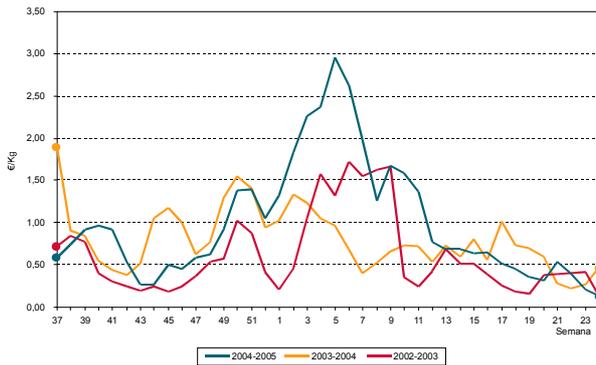
Para los próximos años consideramos que se mantienen los retos del sector y que se resumen en: aumento de la dimensión empresarial, mayor incorporación de servicios a los productos, diseño de nuevos formatos dentro de las gamas conocidas como aliados funcionales, y necesidad de realizar un mayor esfuerzo de promoción de las hortalizas almerienses en los mercados de destino.

La competencia por el uso de los recursos, que se está produciendo entre la agricultura, la construcción y el turismo, se va a mantener en la provincia en los próximos años. Aunque probablemente sea el modelo agrícola el más sostenible a largo plazo.

## Anexo I GRÁFICAS DE EVOLUCIÓN DE PRECIOS SEMANALES Y PRODUCCIÓN MENSUAL DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTÍCOLAS EN ALMERÍA

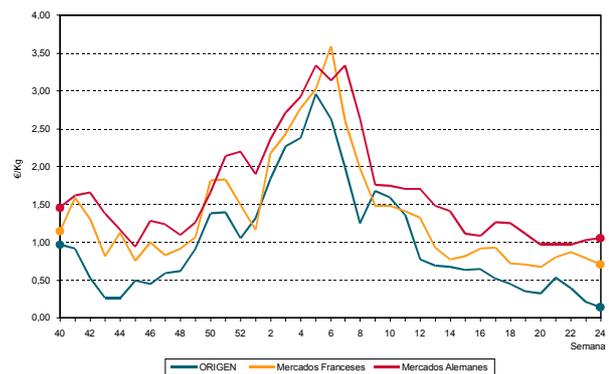
### Berenjena

**Gráfico 14.**  
Precios medios semanales de berenjena en origen



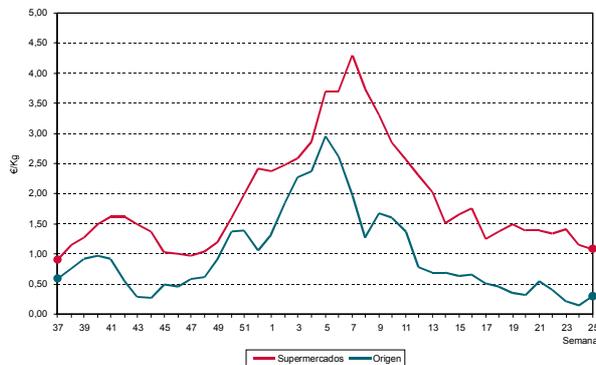
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 15.** Comparación precios de berenjena en origen y mercados franceses y alemanes



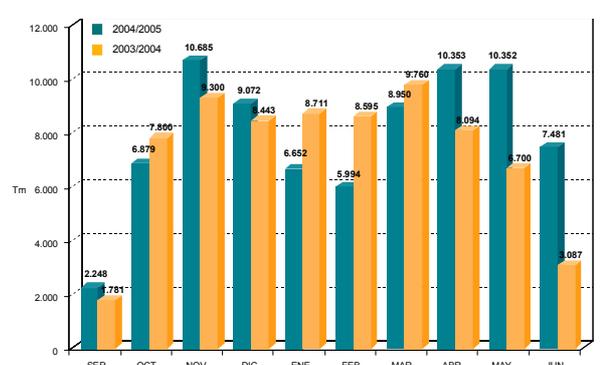
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 16.** Comparación precios semanales de berenjena en origen y supermercados españoles



Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 17.** Distribución mensual de la producción de berenjena

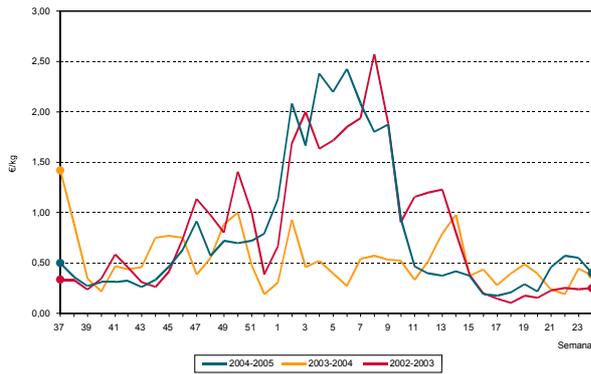


Fuente: Elaboración propia.

**GRÁFICAS DE EVOLUCIÓN DE PRECIOS SEMANALES Y PRODUCCIÓN MENSUAL DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTÍCOLAS EN ALMERÍA**

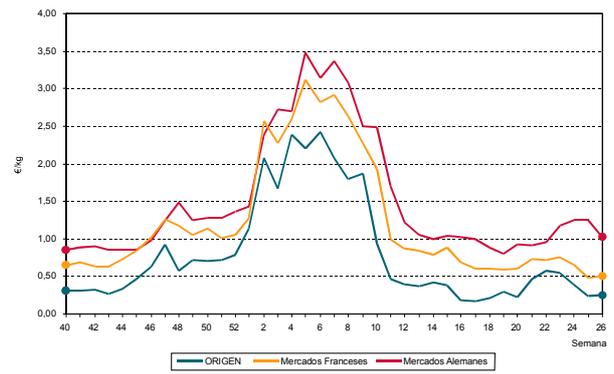
**Calabacín**

**Gráfico 18. Precios medios semanales de calabacín en origen**



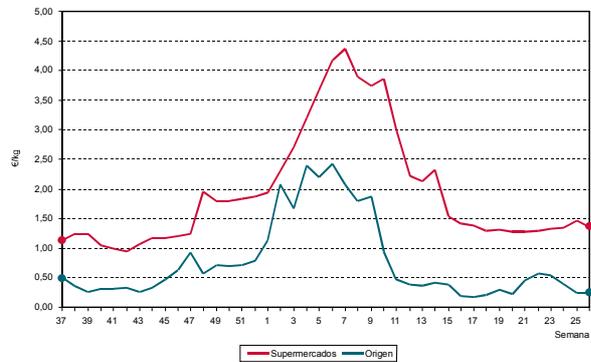
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 19. Comparación precios de calabacín en origen y mercados franceses y alemanes**



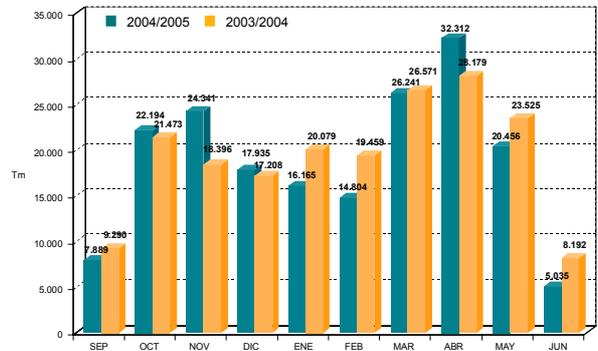
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 20. Comparación precios semanales de calabacín en origen y supermercados españoles**



Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 21. Distribución mensual de la producción de calabacín**

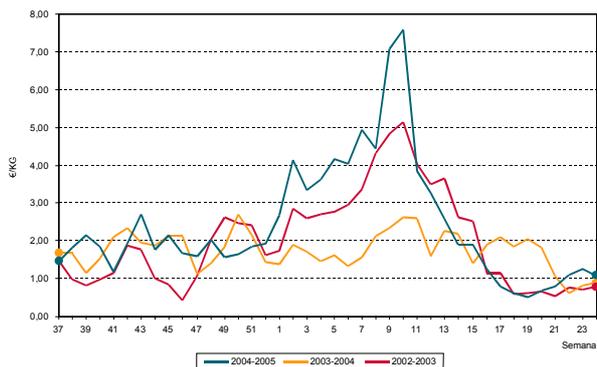


Fuente: Elaboración propia.

## Anexo I GRÁFICAS DE EVOLUCIÓN DE PRECIOS SEMANALES Y PRODUCCIÓN MENSUAL DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTÍCOLAS EN ALMERÍA

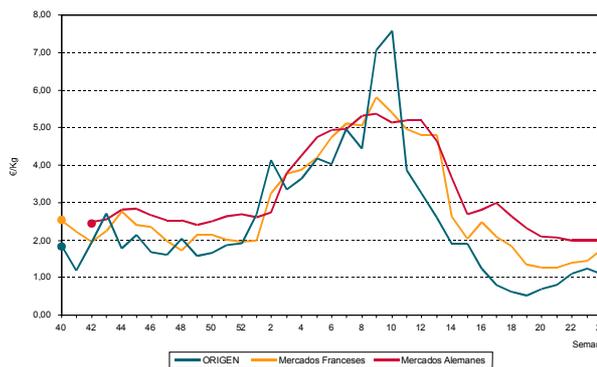
### Judía Verde

**Gráfico 22.**  
Precios medios semanales de judía verde en origen



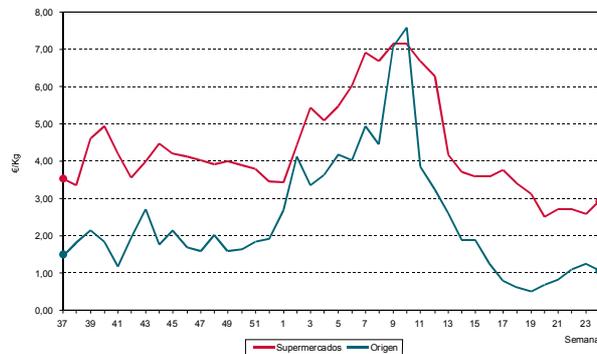
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 23.** Comparación precios de judía verde en origen y mercados franceses y alemanes



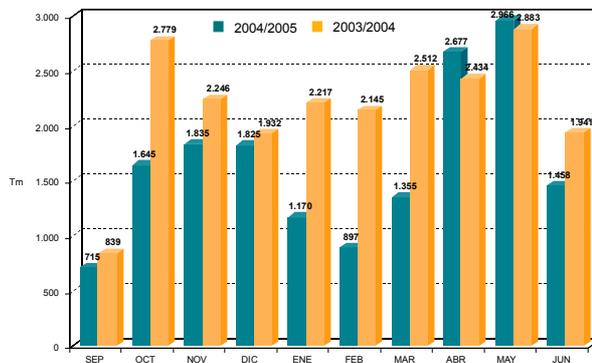
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 24.** Comparación precios semanales de judía verde en origen y supermercados españoles



Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 25.** Distribución mensual de la producción de judía verde

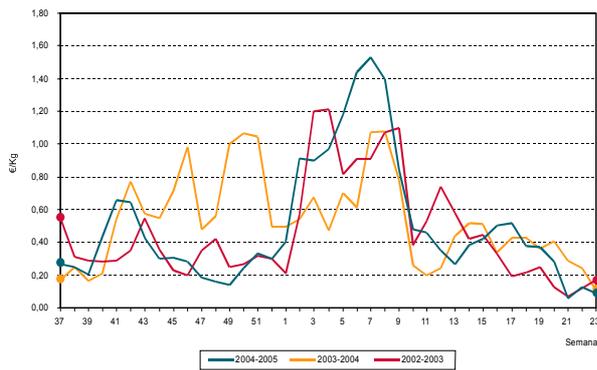


Fuente: Elaboración propia.

**GRÁFICAS DE EVOLUCIÓN DE PRECIOS SEMANALES Y PRODUCCIÓN MENSUAL DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTÍCOLAS EN ALMERÍA**

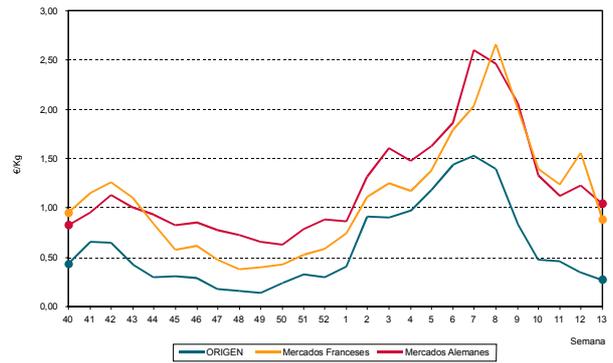
**Pepino**

**Gráfico 26. Precios medios semanales de pepino en origen**



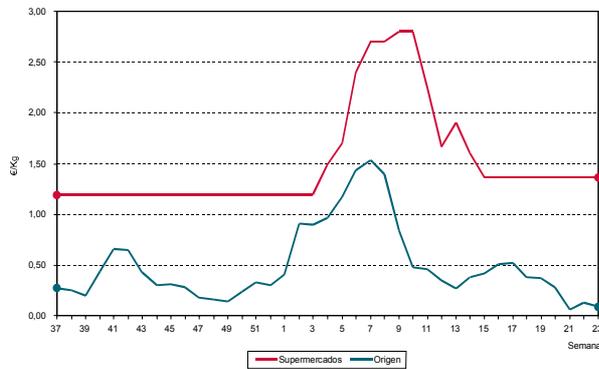
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 27. Comparación precios de pepino en origen y mercados franceses y alemanes**



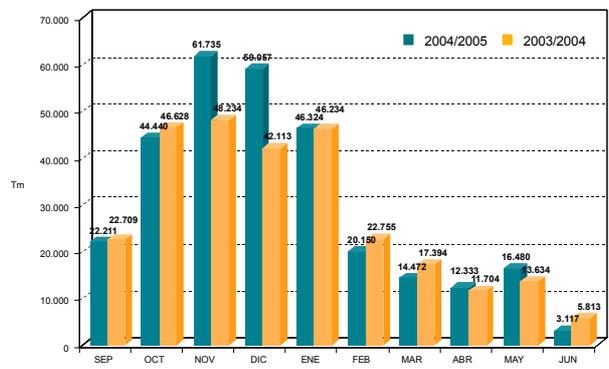
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 28. Comparación precios semanales de pepino en origen y supermercados españoles**



Fuente: Elaboración propia.

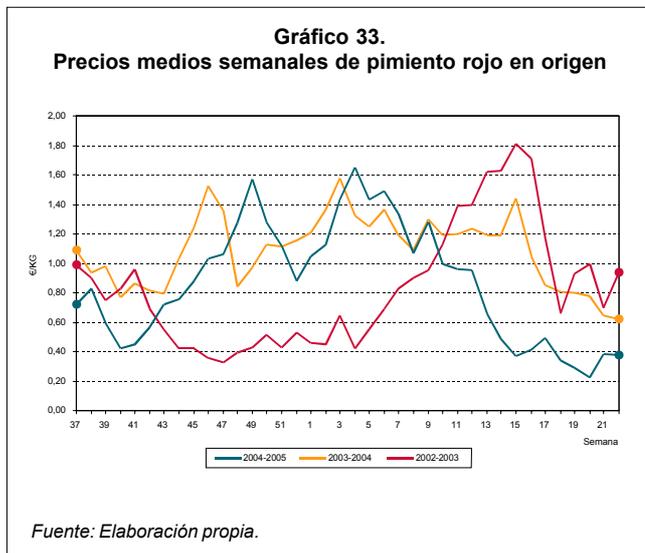
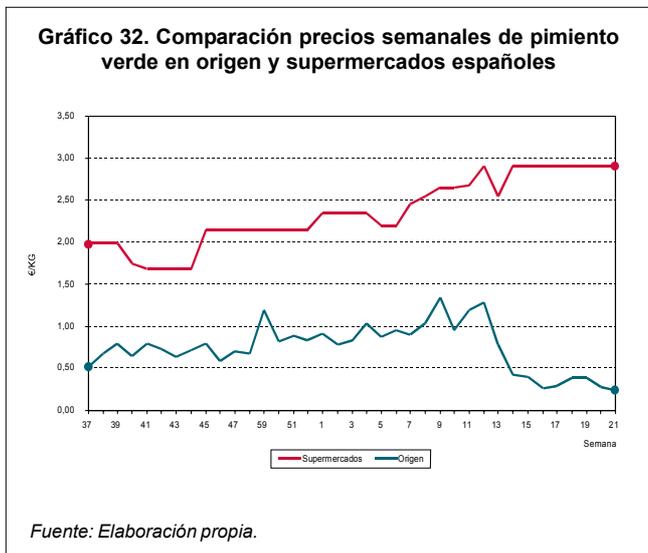
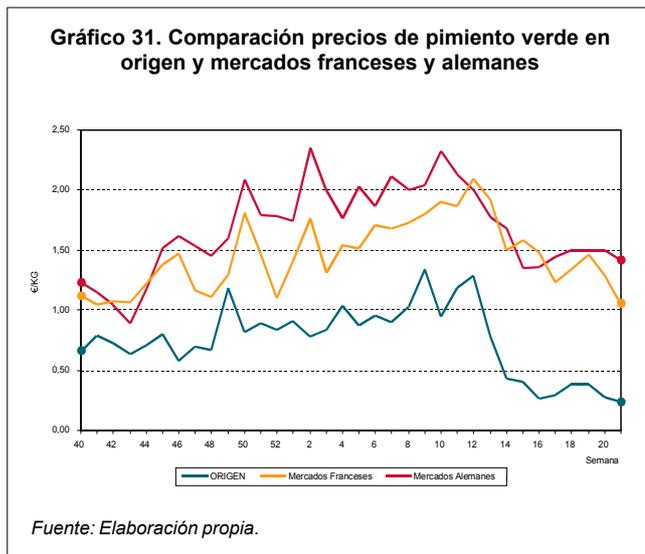
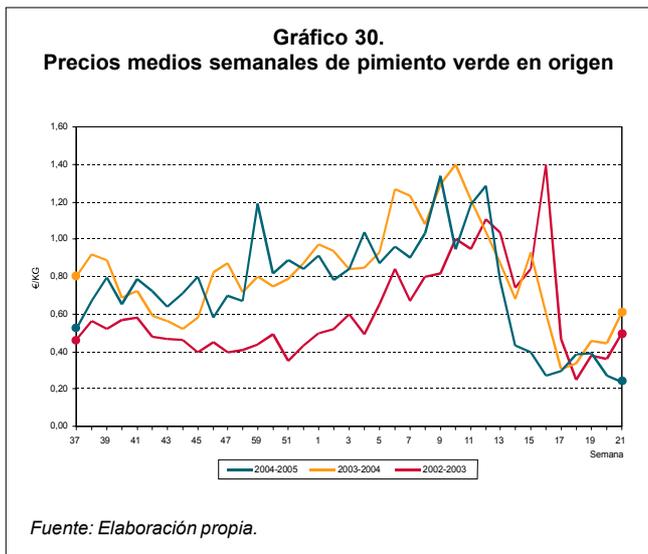
**Gráfico 29. Distribución mensual de la producción de pepino**



Fuente: Elaboración propia.

## Anexo I GRÁFICAS DE EVOLUCIÓN DE PRECIOS SEMANALES Y PRODUCCIÓN MENSUAL DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTÍCOLAS EN ALMERÍA

### Pimiento



**GRÁFICAS DE EVOLUCIÓN DE PRECIOS SEMANALES Y PRODUCCIÓN MENSUAL DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTÍCOLAS EN ALMERÍA**

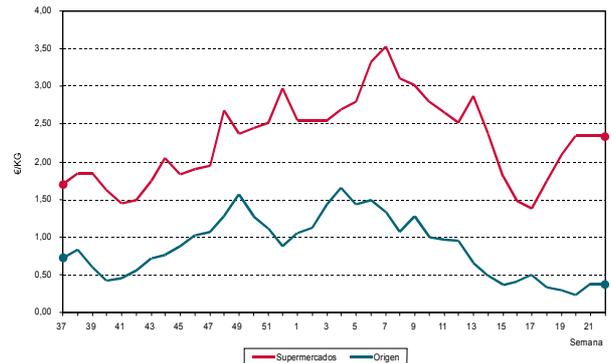
**Pimiento**

**Gráfico 34. Comparación precios de pimiento rojo en origen y mercados franceses y alemanes**



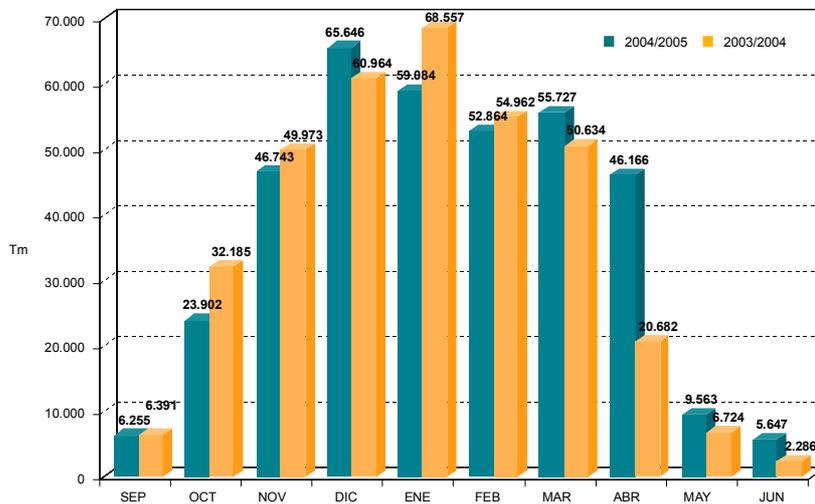
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 35. Comparación precios de pimiento rojo en origen y supermercados españoles**



Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 36. Distribución mensual de la producción de pimiento**

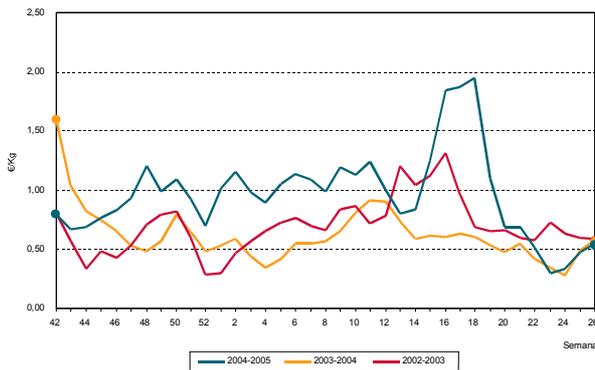


Fuente: Elaboración propia.

## Anexo I GRÁFICAS DE EVOLUCIÓN DE PRECIOS SEMANALES Y PRODUCCIÓN MENSUAL DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTÍCOLAS EN ALMERÍA

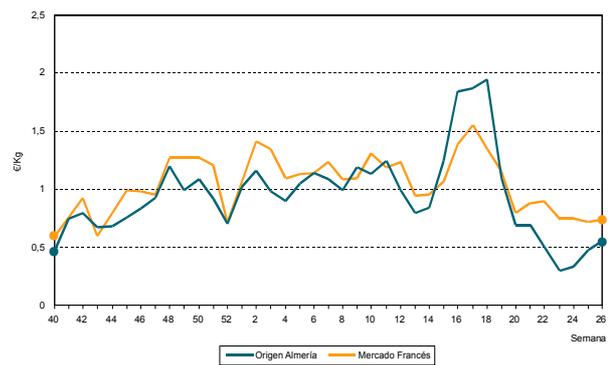
### Tomate

**Gráfico 37. Precios medios semanales de Tomate Long Life G**



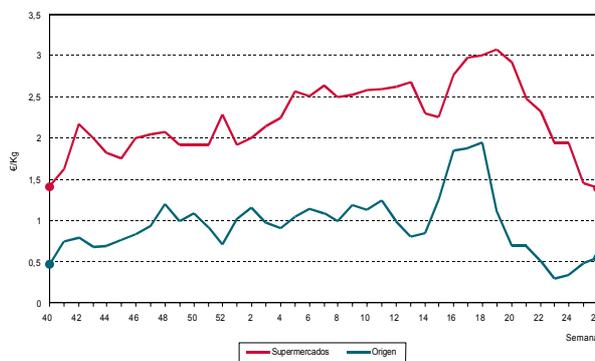
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 38. Comparación precios de Tomate Long Life G en origen y mercados franceses**



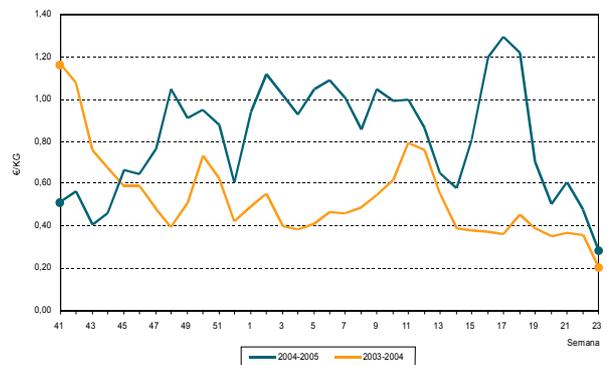
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 39. Comparación precios semanales de Tomate Long Life G en origen y supermercados españoles**



Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 40. Precios medios semanales de Tomate Long Life M en origen**

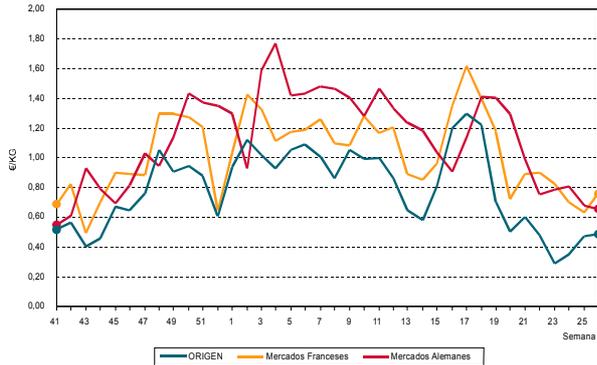


Fuente: Elaboración propia.

**GRÁFICAS DE EVOLUCIÓN DE PRECIOS SEMANALES Y PRODUCCIÓN MENSUAL DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTÍCOLAS EN ALMERÍA**

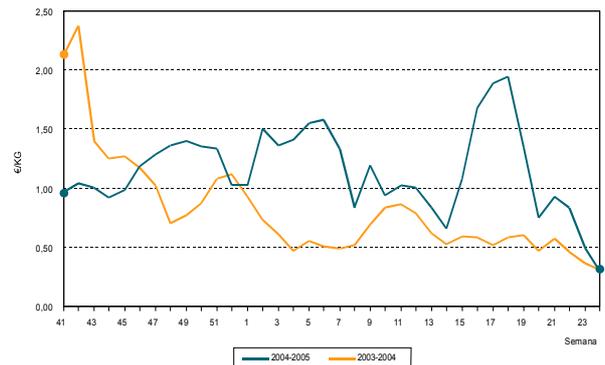
**Tomate**

**Gráfico 41. Comparación precios de Tomate Long Life M en origen y mercados franceses y alemanes**



Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 42. Precios medios semanales de Tomate Racomo G en origen**



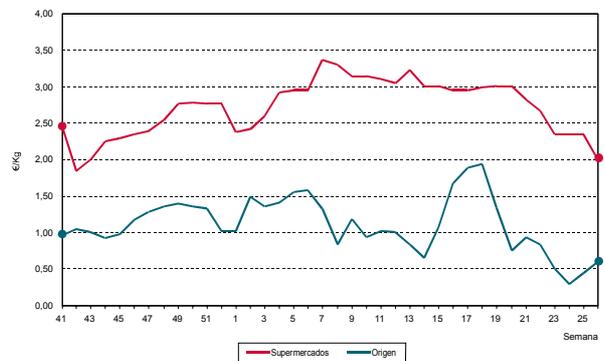
Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico 43. Comparación precios de Tomate Racimo G en origen y mercados franceses y alemanes**



Fuente: Elaboración propia.

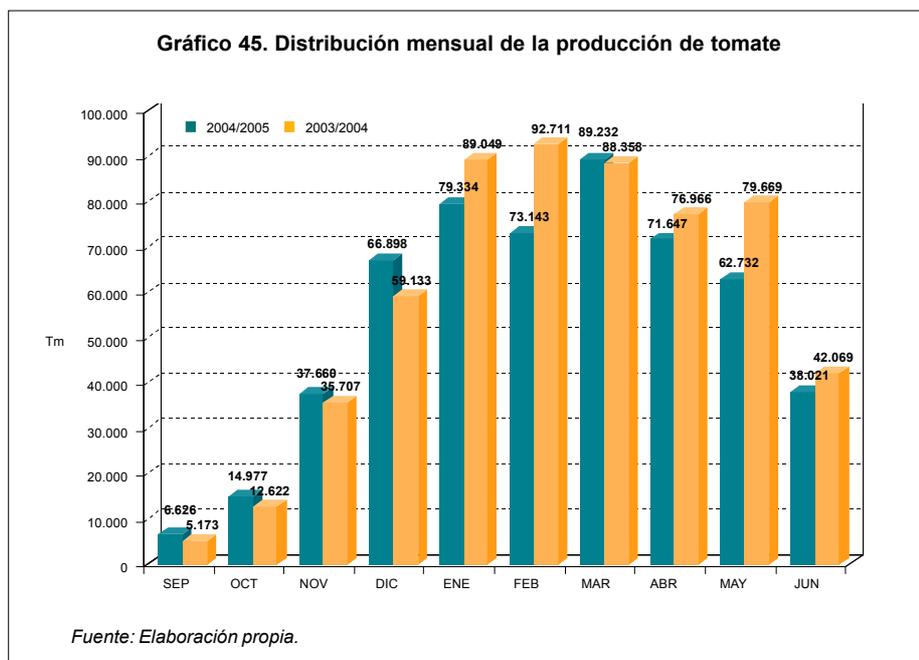
**Gráfico 44. Comparación precios de Tomate Racimo en origen y supermercados españoles**



Fuente: Elaboración propia.

## Anexo I GRÁFICAS DE EVOLUCIÓN DE PRECIOS SEMANALES Y PRODUCCIÓN MENSUAL DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTÍCOLAS EN ALMERÍA

### Tomate



El sector hortofrutícola almeriense ha experimentado en los últimos doce años un crecimiento espectacular, con un aumento de la superficie invernada del 50%, de la producción del orden del 97% y de las exportaciones de un 127%. El valor de la producción, a precios corrientes, ha pasado de los 484 millones de euros de la campaña 1991/1992 a los más de 1.475 millones de euros de la campaña 2004/2005.

Dentro de esta favorable evolución, los resultados han sido especialmente positivos para producciones como el tomate, que se han incrementado en un 162%, el pimiento (111%) y el pepino (106%) y que conjuntamente representan más de las dos terceras partes de las cantidades producidas y más del 75% del valor.

En los últimos años, la mayor parte de las cucurbitáceas sufrieron con el cambio de siglo un descenso importante de sus niveles productivos como consecuencia de los efectos provocados por el virus de las venas amarillas del pepino, pero durante las dos últimas campañas se han recuperado los niveles productivos previos, e incluso se han superado para el calabacín. La única especie que presenta un claro declive es la judía verde, que ha pasado de unos niveles máximos próximos a las 90.000 toneladas en la campaña 1998/1999 a apenas 33.000 toneladas en la última campaña.

A continuación se van a analizar los principales cambios que se han producido en los últimos siete años en cuanto a crecimiento por empresa y tipo de empresa, zona de implantación, etc.

El análisis gráfico que se muestra a continuación se ha realizado con los datos disponibles para una muestra de 102 empresas de comercialización, que prácticamente representan más del 95% de la producción hortofrutícola de la provincia.

Dentro del grupo de empresas recogidas como alhóndigas se ha incluido tanto la labor de subasta como la comercialización en destino realizada por estas sociedades. Como cooperativas y sociedades agrarias de transformación se han recogido las empresas que agrupan a productores y que la mayor parte de los productos comercializados proceden de los mismos. Por último, como sociedades mercantiles se han englobado al resto de empresas, independientemente que la producción comercializada se haya cultivado por la propia empresa, por agricultores a ellas asociados o que hayan sido productos comprados en alhóndigas o a otros agentes del sector.

La distinción por zonas geográficas engloba dentro del poniente a todas las empresas cuya sede social se encuentra al oeste de la ciudad de Almería, las del levante incluye a las situadas entre la capital provincial y el término municipal de Níjar, ambos inclusive, y por Almanzora se entienden las empresas del Norte de la provincia, situadas principalmente en la comarca del Bajo Almanzora.

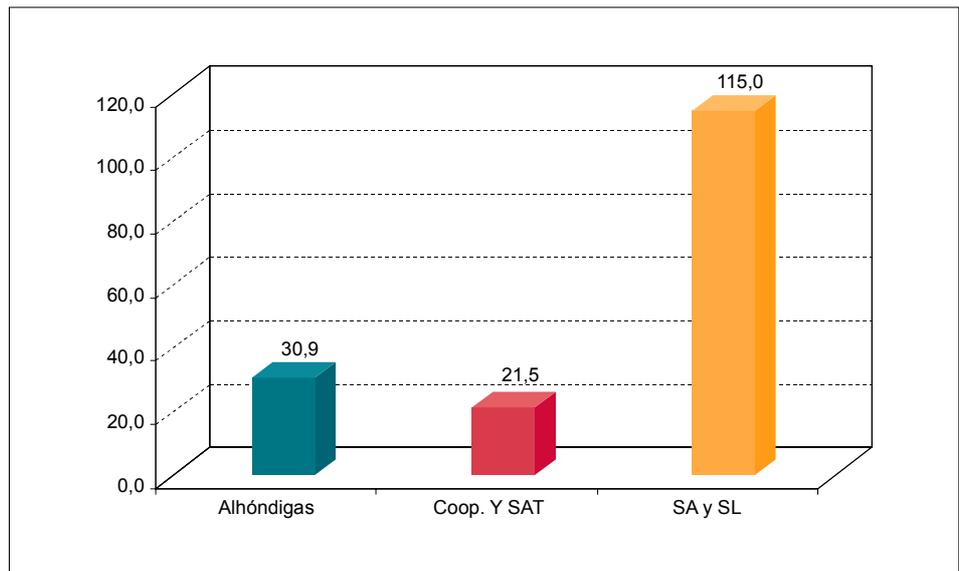
En algunos casos la producción comercializada por una empresa del poniente puede haber sido producida en el levante, pero se considera que el balance final prácticamente se equilibra entre los distintos flujos existentes.

## Anexo II

### EVOLUCIÓN RECIENTE DE LAS EMPRESAS DE COMERCIALIZACIÓN HORTOFRUTÍCOLA DE ALMERÍA

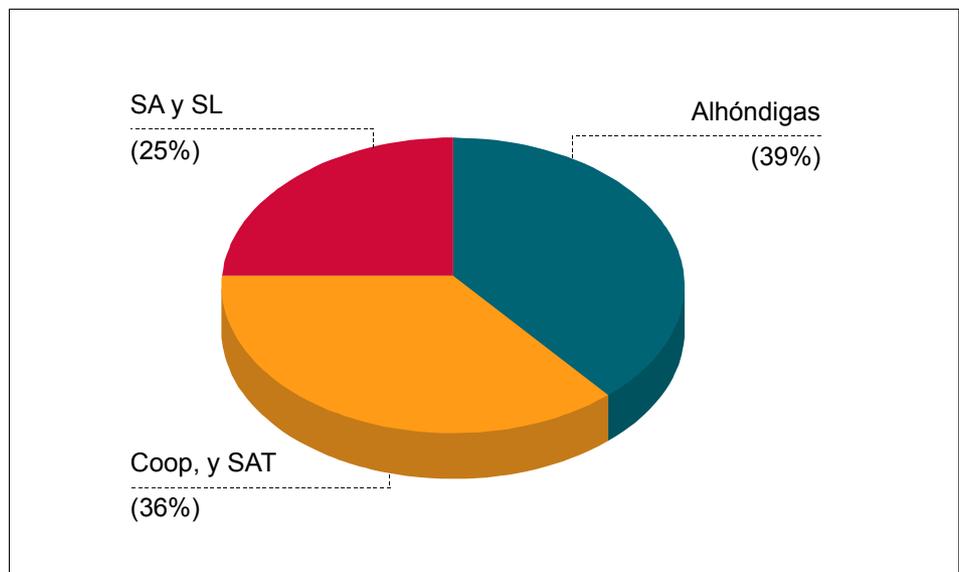
**GRÁFICO 46.**  
EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN  
POR TIPO DE EMPRESA.  
1998-2004

Fuente: Elaboración propia.



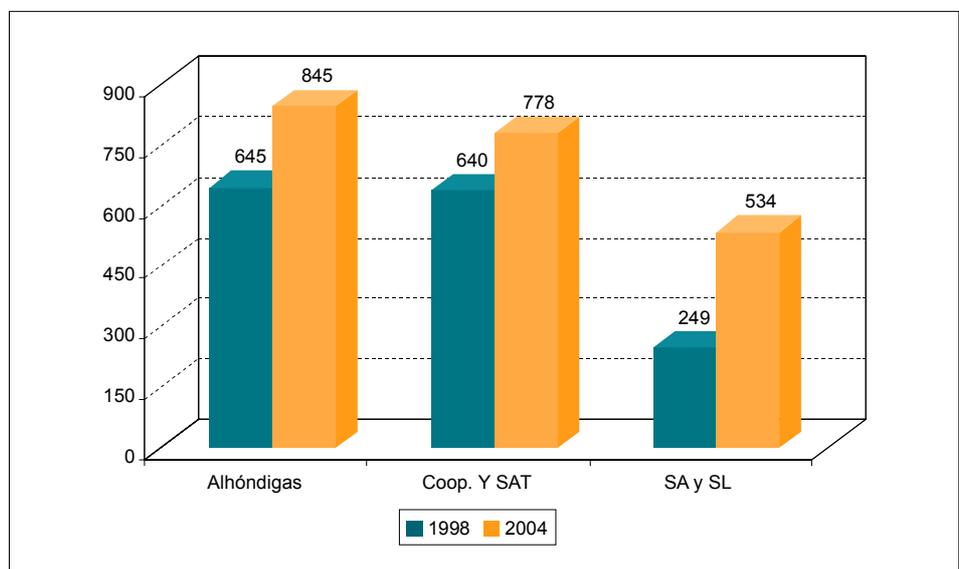
**GRÁFICO 47.**  
CUOTA DE MERCADO POR TIPO  
DE EMPRESA

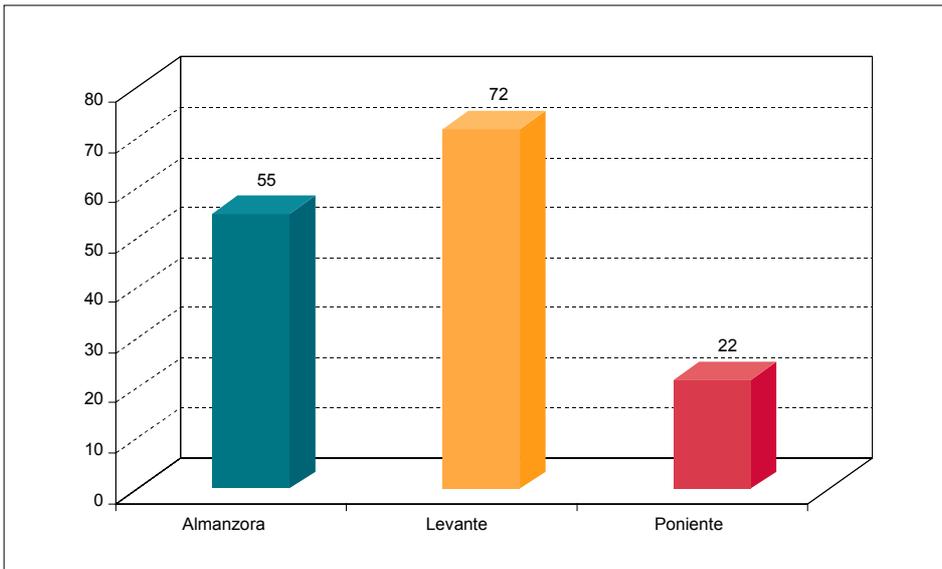
Fuente: Elaboración propia.



**GRÁFICO 48.**  
FACTURACIÓN POR TIPO DE  
EMPRESA.  
MILLONES DE EUROS

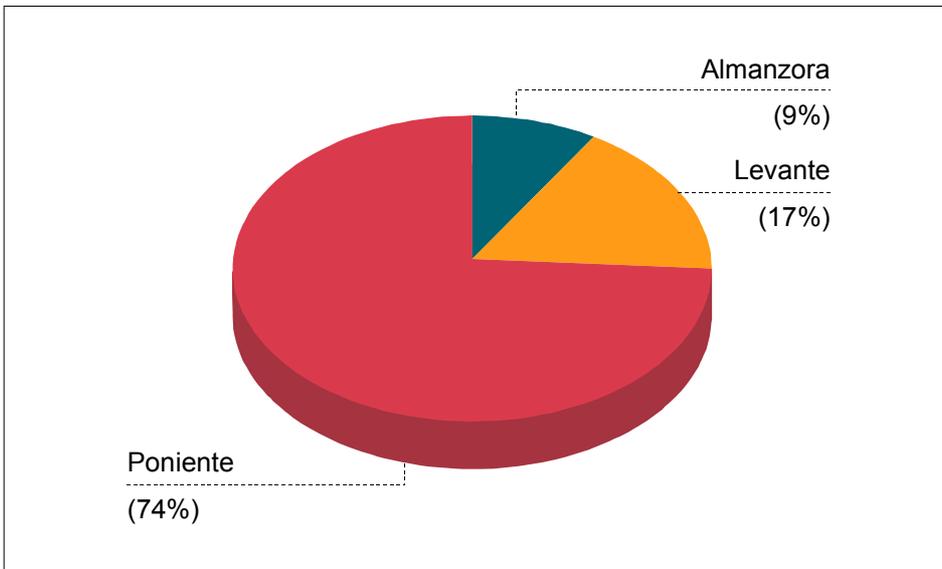
Fuente: Elaboración propia.





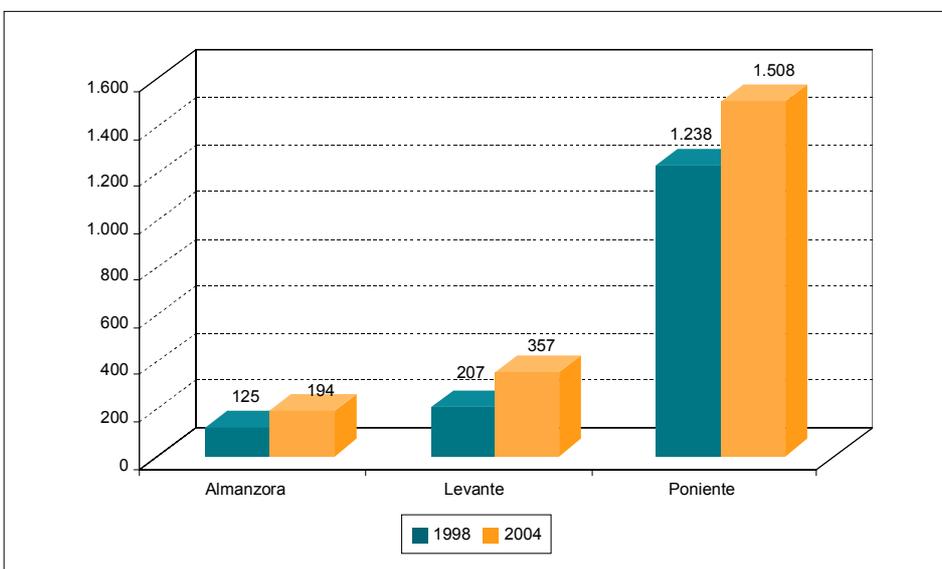
**GRÁFICO 49.**  
EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN DE EMPRESA SEGÚN LOCALIZACIÓN. 1998-2004. %

Fuente: Elaboración propia.



**GRÁFICO 50.**  
CUOTA DE MERCADO SEGÚN LA LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA. %

Fuente: Elaboración propia.



**GRÁFICO 51.**  
EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN DE EMPRESAS SEGÚN LOCALIZACIÓN. MILLONES DE EUROS

Fuente: Elaboración propia.