# El agro como motor de recuperación en el periodo de COVID-19

Por Fernando Gómez, director general de Proexport (Asociación de Productores y Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia)

No es un secreto para nadie que la crisis del COVID-19 ha impactado en España de forma mucho más brusca que en el resto de países de nuestro entorno; no en vano, en el segundo trimestre de año el PIB cayó un histórico 18,5%, frente al 11,7% de media europea. Sin embargo, la naturaleza del negocio hortofrutícola y nuestra apertura exterior se ha convertido en un pequeño blindaje para enfrentarnos, de forma moderadamente optimista, a esta grave situación.

Les aporto unas cifras para ilustrar lo que les digo: la exportación española de frutas y hortalizas frescas en 2019 se situó en 13,5 millones de toneladas y 13.542 millones de euros, y más del 90% de esta exportación se dirigió a países de Europa. En concreto, la Región de Murcia, que es una de las regiones más secas de Europa y ocupa sólo el 3% del territorio de España, gracias al dinamismo de sus agricultores y empresas, a una avanzada gestión del agua para regadío y a la

constante inversión en innovación agro-tecnológica, consigue exportar el 20% del total nacional, esto es, 2.600 millones de euros, con una progresión en los últimos diez años del 43,3% más en volumen y un 77,5% en valor.

Pero dejemos las cifras. La actual crisis sanitaria ha supuesto múltiples desafíos que nos han enseñado mucho a los productores hortofrutícolas sobre nosotros mismos y sobre toda la cadena de suministro. En España, cuando en marzo se decretó el confinamiento de toda la población, este sector fue catalogado por el Gobierno como “esencial” para el aseguramiento de la alimentación de la población. Por ello, los productores hortofrutícolas no han parado de trabajar desde entonces, siempre bajo estrictas medidas de prevención de contagios.

Esta experiencia tan extrema nos ha demostrado la gran fortaleza de nuestra cadena de valor, cuyo desempeño durante esta crisis ha permitido a España mantener el liderazgo europeo de la gestión del stock en las tiendas durante todo el Estado de Alarma. En aquellas primeras semanas de histerismo colectivo, registramos incrementos de demanda superiores al 100% en muchos productos y todos, desde el campo al supermercado, supimos responder con solvencia.

De esta situación hemos aprendido también el verdadero valor del equipo, de las personas que forman nuestras empresas agrarias, que han respondido de forma formidable hasta en los peores momentos de la pandemia. También hemos aprendido el valor de contar con clientes que confían en nosotros para responder juntos y solidariamente a un reto común.

Con todo, convendrán conmigo en que nuestro sector no ha sufrido gravemente esta situación, que sin embargo ha hundido a otros como el turístico o la restauración. Estamos, pues, mejor preparados para ser parte activa de la recuperación económica que necesitan nuestros países, para ofrecer empleo y para dar estabilidad socioeconómica en grandes áreas rurales.

No obstante, no podemos olvidar que la pandemia ha traído consigo un notable incremento de costes asociados a las medidas preventivas. Se trata de costes organizativos, de personal, de movilidad de trabajadores, de materiales y equipos de protección y de adaptación logística general.  Reducir y, en todo caso, trasladar esos costes al producto es obligado, si no se quiere erosionar la rentabilidad del negocio agrario, que de por sí trabaja con márgenes muy estrechos. En este sentido, confío en que la distribución, conocedora de esta realidad, sabrá responder al esfuerzo de sus proveedores agrarios parar dar servicio hasta en las peores circunstancias.

Además, la pandemia y sus implicaciones sobre el modo de vida de las personas y sobre la evolución de la economía y el empleo traerá como consecuencia cambios importantes en el comportamiento del consumidor. Entender bien estos cambios debe ayudarnos a los productores a reconectar mejor con sus necesidades, bajo los nuevos parámetros que nos impone la nueva situación.

***Artículo publicado en la revista eCA FRUITS Ed. 12.**

**Puedes descargar la revista completa en el siguiente enlace:**

https://ecomercioagrario.com/sdm_downloads/revista-eca-fruits-ed-12/