La producción hortofrutícola de Almería alcanza los 2.319 millones de euros

Un año más, Cajamar ha presentado el *Análisis de la campaña hortofrutícola* correspondiente al curso 2019/2020, que elabora su Servicio de Estudios Agroalimentarios , un evento que, en esta ocasión, se ha llevado a cabo de forma telemática debido a la situación excepcional derivada de la crisis sanitaria que estamos padeciendo, mediante un evento online retransmitido en directo ante un gran número de empresarios, técnicos y profesionales del sector.

El director de Innovación Agroalimentaria de Cajamar, **Roberto García Torrente**, ha comenzado destacando que el informe cumple 20 años de vida con su razón de ser intacta, con el objetivo de servir de correa de transmisión de la transferencia de investigación y el conocimiento hacia los agricultores. Además, ha recordado el entorno económico actual "*sin precedentes*" a causa de la covid-19, que ha impulsado una mayor preocupación por la salud y la necesidad de comer en casa, lo que ha motivado "*un incremento del consumo de frutas y hortalizas en los hogares, continuando la tendencia positiva iniciada el año anterior*".

A continuación, **Ana Cabrera Sánchez**, coordinadora del informe, ha repasado con detalle los principales resultados obtenidos durante la campaña agrícola 2019/2020 y antes de concluir su intervención ha advertido que "*la crisis originada por la pandemia tendrá consecuencias sobre el consumo en general, por lo que habrá que esperar para conocer el efecto que provocará en las próximas campañas sobre la demanda de nuestros productos*".

Seguidamente, la directora general de la Fundación Tecnova, **María del Carmen Galera Quiles**, ha referido la evolución de la industria auxiliar en la última campaña, y para terminar **Roberto García Torrente** ha expuesto las conclusiones del documento.

Evolución positiva de los precios

Las **cotizaciones** en origen de la campaña 2019/2020 han registrado una evolución favorable en la mayoría de los productos, pues a pesar de que el comienzo se caracterizó por unos precios inferiores a la campaña anterior, el segundo tramo de la campaña, correspondiente al primer semestre de 2020, contabilizó un aumento generalizado debido a la contracción de la oferta de lechuga, melón y sandía, así como por el aumento de la demanda que se produjo durante los

meses del confinamiento por la covid-19.

Así, el *Análisis de la campaña hortofrutícola* recoge el comportamiento positivo de las cotizaciones del pimiento, el pepino, el calabacín, el melón, la sandía y la lechuga, mientras que han registrado un descenso en el precio medio el tomate, la berenjena y la judía verde.

En cuanto a la **superficie**, la provincia cuenta con un total de 32.368 hectáreas de invernaderos, lo que supone un 1 % más que el año pasado, concentrándose este aumento en el levante almeriense, como viene siendo la tónica en los últimos años. Destaca el aumento medio acumulado de un 1,54 % registrado en el periodo de la última década. Así, la superficie dedicada a la producción de frutas y hortalizas en la campaña 2019/2020 ha sido de 60.699 hectáreas, teniendo en cuenta los diferentes ciclos de cultivo, lo que significa un incremento del 3,1 % respecto al curso pasado. Por cultivos, sobresale el aumento de los dedicados a berenjena (+10,5 %), pimiento (+7,3 %), que mantiene la tendencia al alza iniciada hace diez años, así como el liderazgo que le arrebató al tomate en la 2018/2019, y pepino (+4,8 %); mientras que desciende en tomate (-9,6 %) y judía (-34,5 %), que continúa su particular declive año tras año reflejando su comportamiento como un cultivo residual.

El **volumen de la producción** hortofrutícola se ha mantenido, con un ligero descenso (-1,2 %), registrando un total de 3.721.118 toneladas, de las que 3.488.510 toneladas (-1 %) corresponden a cultivos bajo plástico; la berenjena y el pimiento anotan los mejores comportamientos, con alzas del 13 % y el 7,7 %, respectivamente, mientras que cae la cifra en tomate y sandía (-10,3 % en ambos casos), melón (-5,9 %) y lechuga (-5 %). Por su parte, el **valor de la producción** ha crecido un 5,2 % y ha contabilizado 2.319,5 millones de euros, de los que 2.291,6 millones provienen de la horticultura intensiva; en este caso, la sandía protagoniza la mayor subida de ingresos (+32,3 %), seguida del pepino (+15,3 %), el melón (+13,2 %) y el pimiento (+9,1 %), mientras que han mermado su facturación la berenjena (-13,1 %) y el tomate (-10,8 %).

El valor exportado crece un 21,3 % en cinco años

Con una tasa de exportación del 80 % del volumen de la producción, la comercialización de frutas y hortalizas almerienses en el mercado exterior continúa siendo uno de los puntos fuertes del

sector. Según el informe del Servicio de Estudios de Cajamar, el volumen de toneladas exportadas ha registrado un incremento del 11,7 % en los últimos cinco años. En la campaña 2019/2020, la horticultura almeriense ha enviado 2.723.195 toneladas, cifra muy similar al año anterior (+0,4 %); durante toda la campaña se ha exportado más volumen que la media, excepto en mayo (-1,7 %), sobresaliendo septiembre como el mes con la mejor media de toneladas vendidas al exterior, con un auge del 25,1 %.

A pesar del mantenimiento de la cifra de kilos exportada en la campaña 2019/2020, el valor ha crecido un 6,8 %, hasta alcanzar los 2.866 millones de euros. Si se tiene en cuenta la media del último lustro, los ingresos procedentes de las exportaciones hortofrutícolas han crecido un 21,3 %. El valor exportado ha crecido especialmente en septiembre, noviembre y enero, así como en abril y mayo, coincidiendo con el confinamiento por la covid-19.

Los cultivos que han registrado mejores comportamientos en el volumen exportado han sido la berenjena (+8,5 %) y el pimiento (+6,8 %), frente al retroceso anotado por el tomate (-10 %); mientras que en valor comercializado al exterior destacan la lechuga (+22,4 %), la sandía (+16 %), el melón (+12,2 %) y el pepino (+11,3 %), al contrario de lo ocurrido con el tomate (-5,7 %) y la berenjena (-4,7 %).

Los costes de producción aumentan un 3,1 %

De otra parte, el conjunto de la campaña refleja una contención de costes para la mayoría de las partidas de gastos corrientes, en comparación con el año anterior; si bien el coste medio de explotación ha aumentado un 3,1 % debido, principalmente, a la mano de obra. En 2019, la entrada en vigor del Salario Mínimo Interprofesional provocó un incremento considerable en la estructura de costes, que ha terminado de consolidarse durante la campaña 2019/2020, con un aumento del 9,3 %. La previsión que maneja el informe es que el año en curso, el correspondiente a 2020/2021, los gastos de mano de obra tiendan a estabilizarse.

Por el contrario, hay importantes partidas que han reducido su gasto, tales como la energía (-12 %), el control biológico (-8,2 %), los fertilizantes (-7,2 %), los costes financieros (-3,7 %), así como los fitosanitarios y el plástico, ambos con un descenso del 2,5 %.

La industria auxiliar vende al exterior un tercio de su facturación

La horticultura almeriense camina de la mano de su industria auxiliar, un aliado estratégico para el sector agroalimentario que continúa mostrando su pujanza año tras año. El informe del Servicio de Estudios de Cajamar recoge, a raíz de los datos aportados por la Fundación Tecnova, la evolución que ha experimentado en los últimos dos años, entre 2017 y 2019, en los que la facturación ha crecido un 2,5 % hasta situarse en 1.274,5 millones de euros. En paralelo, el empleo generado ha aumentado un 1,8 %, hasta las 5.477 personas contratadas en esta industria.

Por subsectores, se observa una evolución desigual. La biotecnología es el que ha experimentado un mejor comportamiento, con unas ventas de 378 millones de euros en 2019, un 7,3 % más comparado con 2018, seguida de los envases y embalajes, que han contabilizado 190 millones de euros (+5,7 %) y la maquinaria agrícola y la producción integrada, que ha anotado 31,4 millones de euros y un alza de alrededor del 14 %. Por el contrario, el subsector de riego y clima, ha aminorado sus ventas un 19 % y ha registrado 68 millones de euros.

Por otro lado, se mantiene la tendencia creciente de la internacionalización de las empresas de la industria auxiliar, pues sus exportaciones han aportado un tercio a la facturación total.