

## El agro almeriense pierde rentabilidad

Asaja Almería calcula una pérdida media de renta por encima del 15%

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Asaja Almería destaca en su balance anual del año 2020 que el sector, además de responder a las necesidades generadas por la crisis sanitaria y las restricciones de movilidad, ha tenido que hacer frente a su propia crisis. Una crisis motivada por la falta de precios justos y la subida de costes, entre ellos y de forma especial los costes laborales motivados por la subida del SMI (que ha subido en dos años casi un 30%), o el incremento de las cuotas de los trabajadores autónomos, lo que ha puesto aún más difícil la situación. En este contexto, la agricultura almeriense cierra el año con una pérdida media de renta por encima del 15%, y donde sectores como el olivar, los frutos secos o el hortícola han vivido crisis de precios que han hecho mella en la rentabilidad de los productores.

Antes de declararse la actual situación sanitaria, Asaja ya establecía en un 15% la caída de la renta en el sector hortícola en apenas dos años, destacando que al inicio del año, el déficit entre los ingresos y los gastos era de unos 7.000 euros por hectárea. "Tras el paréntesis de una primavera de confinamiento, la situación ha vuelto a parecerse mucho a la que dejábamos, ya que este tramo final del otoño nos ha vuelto a llevar a crisis de precios, que se ha cebado con productos como el pepino, y que han vuelto a poner de manifiesto algo que llevamos años reclamando, que es la importancia de la planificación y la mejora de los actuales mecanismos de gestión de cri-

sis que siguen sin aplicarse ni ser verdaderamente efectivos", señalan desde la organización agraria.

La campaña de primavera para las hortalizas les permitió respirar y recuperar parte de las pérdidas ya que hubo demanda, consumo y la cadena funcionó de forma normal y sin incidencias a pesar de la COVID-19, permitiendo mejorar los precios de años anteriores y especialmente en sandía y melón. Si bien en el caso de la sandía cabe señalar los bajos precios registrados a partir de junio con la entrada en producción de las producciones al aire libre que han tenido una pésima campaña.

Situación muy diferente la que han vivido sectores como el de la flor y la planta ornamental o los diferentes sectores ganaderos, con problemas en la comercialización debido al cierre del canal Horeca dejando importantes pérdidas económicas aún por valorar, pues las restricciones no han acabado y no se ha vuelto a la normalidad.

Sin embargo, la crisis sanitaria ha permitido poner en valor al sector y que la sociedad reconozca la variedad y la calidad de productos que ofrece el mundo rural en nuestro país. Para ello desde Asaja pusieron en marcha una campaña con el lema "Elige producto de la tierra, ganas tú, ganamos todos" para fomentar el consumo de productos locales y apoyar a un sector estratégico y que, a pesar de lo que digan grandes macrocifras, la realidad es que se ha visto afectado por esta crisis.

LA ACTUALIDAD DE LA CAMPAÑA VISTA POR



## Internet puede ayudar a frenar el abandono de los campos de cultivo

► JUAN JOSÉ BAS. (\*)

Solo en la Comunitat Valenciana en el año 2020 se ha perdido una superficie de cultivo de 1.335 hectáreas que afectan a diferentes cultivos como los cítricos, el caqui, la sandía, el melocotón, la nectarina, el albaricoque, la granada... Esta situación de abandono de tierras está causada por la falta de la rentabilidad. Pero la rentabilidad depende de muchos factores. Uno de ellos, y muy importante, es la venta de la cosecha, ya que los agricultores disponen de un periodo muy corto de tiempo para vender su cosecha (normalmente uno o dos meses, entre el momento de empezar a poner su cosecha en venta y la recolección de esta).

Muchas veces nos encontramos con agricultores que abandonan los campos porque no han conseguido vender su cosecha y cuando les preguntamos nos comentan que los comercios con los que solían trabajar ya han comprado bastantes cosechas en esos momentos. Pero esto no significa que no haya otros comercios que puedan estar interesados en esas cosechas. Lo que sucede es que al no conocerse el agricultor y el posible comercio la fruta se puede



Muchas veces nos encontramos con agricultores que abandonan los campos porque no han conseguido vender su cosecha. / NARANJASYFRUTAS.COM

quedar en el árbol y perderse así toda la cosecha. Al mismo tiempo el comercio se puede quedar sin comprar una cosecha que es de su interés al no encontrar a este agricultor.

Aquí es donde desde [www.naranjasyfrutas.com](http://www.naranjasyfrutas.com) estamos esforzándonos y manteniendo nuestro servicio gratuito tanto para que el agricultor pueda registrar los datos de sus cosechas junto con sus datos de contacto y para que los comercios puedan buscar directamente las cosechas que son de su interés. Además, se pueden registrar gratuitamente en el servicio de alertas entrando en la web de [naranjasyfrutas.com](http://naranjasyfrutas.com) y pinchan-

do en la pestaña de "Avisame de nuevas cosechas" seleccionando las variedades de su interés. Así todos los lunes recibirá un resumen vía mail con las últimas cosechas anunciadas por los agricultores junto con los datos de contacto.

De esta forma desde [www.naranjasyfrutas.com](http://www.naranjasyfrutas.com) intentamos aportar nuestro grano de arena para evitar en la medida de lo posible que no se quede ninguna cosecha por vender o por comprar, facilitando el encuentro entre el comprador y el vendedor.

(\*) Gerente de [Naranjasyfrutas.com](http://Naranjasyfrutas.com)

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La exportación española de lechuga ha registrado una evolución positiva en los últimos años hasta situarse en 721 millones de euros en 2019, la tercera hortaliza más exportada por España, y ha registrado una facturación de 530 millones de euros en los diez primeros meses de 2020. Murcia encabeza la exportación con el 68% del total y ahora encabeza también la promoción, con su campaña "Lechugas y Ensaladas de la Región de Murcia".

De las más de 35.000 hectáreas dedicadas a lechuga en España, en torno a 16.000 hectáreas se ubican en la Región de Murcia, siendo las comarcas del Campo de Cartagena y Valle del Guadalentín las que cuentan con mayores registros de producción. En 2019 se cultivaron 430.500 toneladas de lechuga en la Región de Murcia. El 82% del total correspondió a lechuga Iceberg y un 18% a Romana y otras variedades. Hay que considerar que en 1975 se cultivaban en torno a 55.000 toneladas de lechuga en Murcia, mientras que a finales de la década de los 80, gracias al agua del Trasvase Tajo-Segura y la introducción de la variedad Iceberg, se incrementaron hasta las 330.000 toneladas y en 2017 se superaron las 400.000 toneladas por primera vez. En cuanto a la exportación, es el producto más



Presentación de la campaña "Lechugas y ensaladas de la Región de Murcia". / PROEXPORT

## Fuerte presencia de la lechuga en la exportación hortofrutícola

Murcia encabeza la exportación con un 68% del total nacional

destacado del comercio hortofrutícola murciano con 510.000 toneladas de lechuga, del total de 760.000 toneladas exportadas por España, el 68% de la lechuga enviada por España al exterior.

El 80% de la lechuga exportada se consume en la Unión Europea, siendo Alemania, Reino Unido, Francia, Países Bajos e Italia, por este orden, los principales consumidores.

Murcia encabeza también la promoción de esta hortaliza, con la campaña "Lechugas y ensaladas de la Región de Murcia", lanzada el pasado mes de diciembre por la comunidad murciana

para incentivar el consumo de las hortalizas de hoja y que se mantendrá activa durante 2021. Fue presentada por el consejero de Agricultura de la Región de Murcia, Antonio Luengo, y Juan Marín Bravo, presidente de Proexport, asociación integrada en Fepex.

Desde la página web [lechugasensaladas.es](http://lechugasensaladas.es) y con un vídeo promocional se muestra al consumidor "las virtudes, propiedades y calidad de las distintas variedades que se producen, y que se difundirán también por medio de las redes sociales". La página [www.lechugasensaladas.es](http://www.lechugasensaladas.es) contiene secciones sobre variedades, beneficios nutricionales, recomendaciones y trucos, lugares y momentos y recetas; además de información sobre seguridad alimentaria, agro-innovación y tecnología y sostenibilidad social, medioambiental y económica; historias saludables, empresas productoras y datos y curiosidades sobre la lechuga.

En este aspecto, el director de Proexport, Fernando P. Gómez, considera que la investigación ha dado como resultado las múltiples variedades que se cultivan ahora, mostrando la profesionalización del sector, que cuenta con 14 centros de experimentación hortícola en la Región de Murcia.