



## ALMERIA

**Jerónimo González**

ING. TEC. AGRIC.

gjz@ediho.es



*En la fotografía, panorámica general del puerto de Almería*

# Cooperación Comercial entre Almería y Marruecos Incrementan las exportaciones de los Operadores Exceptuados de Almería

*La Cámara Oficial de Comercio y Navegación de Almería inició una visita institucional a la ciudad de Nador enmarcada en una acción de cooperación entre Almería y Marruecos*

El pasado día 2 de marzo, la Cámara Oficial de Comercio y Navegación de Almería inició una visita institucional a la ciudad de Nador, enmarcada en una acción de cooperación entre Almería y Marruecos que tendrá su continuación en el encuentro de empresarios, prescriptores de productos, e instituciones del país alauita que se desarrollará el próximo mes de noviembre.

Esta iniciativa, organizada en colaboración con la Autoridad Portuaria Almería-Motril contó con el apoyo de más de cien empresas

almerienses de distintos sectores económicos que presentaron su catálogo de actividades en el Departamento de Comercio Exterior.

En este sentido, la Cámara destacó la idoneidad de este tipo de acciones que redundan en beneficio de las

relaciones comerciales entre España y Marruecos, y que además contribuyen a incrementar las posibilidades de que Almería mire hacia el mercado marroquí, aprovechando las potencialidades que ofrece nuestra cercanía con el país alauita.

Los vínculos comerciales con Marruecos se establecen desde Almería con unas exportaciones que se han mantenido básicamente estables principalmente en los últimos cinco años, en torno a los trescientos millones de pesetas anuales, mientras que, por el contrario, las importaciones de origen marroquí han sufrido una serie de alteraciones, ya que en los años 94 y 95 estaban por debajo de esa cifra, en el año 96 se produce un acercamiento y en los años 97 y 98 aumentan las importaciones de una forma destacada.

### **Cuadro 1: Exportaciones operadores y exceptuados en toneladas y millones de pesetas**

	Campaña 96/97	Campaña 97/98	Desviación %
Toneladas exportadas	1.253.610	1.347.534	7%
Valor en millones de pesetas	131.514	151.739	15%

**Cuadro 2:**  
**Valor exportación productos en millones de pesetas**

	Campaña 96/97	Campaña 97/98
Pimiento	41.273	44.918
Tomate	20.591	25.505
Pepino	20.165	22.303
Melón	11.472	13.984
Calabacín	9.589	12.439
Sandía	8.362	12.180
Berenjena	4.497	4.689
Judía	3.737	4.392
Lechuga	4.124	3.966
Col china	1.283	1.633
Otros	6.421	5.730
Total	131.514	151.739

### Las materias plásticas, base de la exportación

Las principales importaciones que se realizan en Almería, procedentes de Marruecos, son los pescados, crustáceos y moluscos.

En segundo lugar las frutas, legumbres y hortalizas, que han experimentado una tendencia similar en los últimos cinco años, alcanzando el volumen del valor de la importación doscientos millones de pesetas en el año 97, siendo la mayoría de productos importados naranjas con destino a mercados externos al local y siendo realizadas por operadores económicos de fuera de Almería.

Teniendo en cuenta volúmenes de operaciones superiores a los 10 millones de pesetas por año destacan maquinaria, frutos comestibles, café té, mate, etc.

Por lo que respecta a las exportaciones, las ventas más destacadas son las de materias plásticas y sus manufacturas, destacando además de filmes de polietileno en bobinas destinadas a las plantaciones de cultivos forzados bajo plástico, polietileno en formas primarias, siendo los operadores económicos empresas almerienses, granadinas y madrileñas.

Atendiendo al mismo criterio del techo de 10 millones en el volumen de las operaciones de exportación a Marruecos después de los plásticos, son de destacar últimamente las manufacturas de madera, concretamente, envases para naranjas que proceden de empresas de Valencia y Granada, igualmente los abonos y las semillas, han repuntado con un incremento considerable.

La evolución paralela del sector agroalimentario marroquí y el almeriense, permite una gran colaboración lo-

**Cuadro 3:**  
**Exportaciones mensuales en toneladas**

Meses	Campaña 96/97	Campaña 97/98
Septiembre	24.136	20.954
Octubre	81.784	96.728
Noviembre	114.444	116.666
Diciembre	101.664	136.766
Enero	130.755	130.612
Febrero	107.004	114.106
Marzo	92.843	96.914
Abril	100.034	104.428
Mayo	142.065	173.364
Junio	103.022	107.484
Julio	16.647	11.412
Agosto	4.530	555
Total	1.018.928	1.109.989

gística y tecnológica entre ambos, de hecho, ya existe una estrecha relación tanto en creación de sociedades con aporte de capital mixto hispanomarroquí, como colaboraciones de otra índole más o menos comprometida. No obstante, se desprende del análisis de las cifras la posibilidad de una mayor colaboración entre ambos mercados, dadas las especiales características de los mismos.

Si el grado de relación actual es alto, las perspectivas que se dibujan en el tiempo ofrecen posibilidades más im-

portantes a corto medio plazo ya que la tendencia del sector agroalimentario es al alza.

### Exportaciones de los Operadores Exceptuados de Almería

Como ya se hizo en las dos campañas anteriores, y teniendo como fuente los datos de las «Declaraciones semanales» de exportación de los operadores Exceptuados se ha elaborado por el SOIVRE el «Resumen de las exportaciones de Almería campaña 97-98», pretendiéndose con él, un año más, fa-

**Cuadro 4:**  
**Evolución de las exportaciones por productos en toneladas**

Producto	Campaña 96/97	Campaña 97/98	Desviación %
Berenjena	24.596	32.484	32
Calabacín	84.669	83.387	-2
Col china	14.412	13.332	-7
Judía	16.182	15.896	-2
Lechuga	38.958	44.214	13
Melón	91.395	98.589	8
Pepino	191.261	223.533	16
Pimiento	199.469	241.339	21
Sandía	129.468	124.264	-4
Tomate	215.924	217.330	1
Uva	1.976	1.747	-12
Otras hortalizas	6.825	11.275	65
Otros frutos	2.434	2.599	7
Total	1.018.929	1.109.989	9

**Cuadro 5:**  
**Evolución de las exportaciones por países en toneladas**

Destino	Campaña 96/97	Campaña 97/98	Desviación %
Alemania	317.935	353.721	11
Austria	29.130	29.492	1
Bélgica	33.538	39.113	17
Dinamarca	11.348	13.006	15
Finlandia	12.697	14.052	11
Francia	229.443	229.394	0
Grecia	216	129	-40
Holanda	142.239	159.566	12
Irlanda	2.266	2.299	1
Italia	42.047	43.100	3
Portugal	10.529	11.363	8
Reino Unido	106.395	119.659	12
Suecia	16.941	18.531	9
<b>Total U.E.</b>	<b>954.724</b>	<b>1.033.425</b>	<b>8</b>
Noruega	3.384	2.374	-30
Suiza	24.600	25.381	3
Este de Europa	26.817	38.116	42
Canadá	1.726	3.354	94
U.S.A.	4.188	7.339	75
Otros países	3.489	0	-100
Total terceros países	64.204	76.564	19
<b>Total</b>	<b>1.018.928</b>	<b>1.109.989</b>	<b>9</b>

93 por ciento de la exportación total.

En relación con las exportaciones a terceros países hay que destacar que aunque actualmente supone el 7% del total, el constante incremento de los envíos los está convirtiendo en un importante mercado para la creciente producción hortícola de la provincia.

El crecimiento importante se está produciendo en los países del Este de Europa, y en cifras más modestas en Estados Unidos y Canadá.

En cuanto a nuestros envíos a los países del Este de Europa, los cuadros 6 y 7 nos exponen la evolución de nuestras exportaciones a esa área durante las tres últimas campañas. Estas cifras son de exportaciones directas, desde Almería, siendo realmente mucho más importantes debido a las numerosas reexpediciones que se reali-

**Cuadro 6:**  
**Evolución por países**

Países	95/96	96/97	97/98	% aumento sobre 96/97
Polonia	7.305	14.354	17.948	25%
R. Checa	3.138	4.973	8.187	65%
Hungría	1.239	2.053	1.891	-8%
Rusia	75	4.313	9.525	121%
Resto	234	1.125	539	-52%
<b>Total</b>	<b>11.991</b>	<b>26.818</b>	<b>38.090</b>	<b>42%</b>

cilitar unas estadísticas más completas que permitan conocer de forma detallada el desarrollo de la última campaña y su evolución en comparación con la anterior.

El total exportado por estos Operadores alcanzó la cifra de 1.109.989 t, lo que supone un 83% de las exportaciones.

El cuadro 1 refleja, según los datos suministrados por la Dirección General Aduanas/ICEX, las exportaciones de las dos últimas

campañas, pudiendo comprobarse que si bien el aumento en volumen, ha sido más moderado que en campañas anteriores, se ha visto compensado con una importante mejoría de los resultados económicos por lo que puede considerarse la campaña 97/98 como una muy buena campaña tanto para los agricultores como para las empresas comercializadoras de Almería.

Para conocer mejor la importancia económica de

**Cuadro 7:**  
**Evolución por productos**

Países	95/96	96/97	97/98	% aumento sobre 96/97
Tomate	4.957	12.614	14.239	13%
Pimiento	2.533	4.732	8.390	77%
Pepino	1.595	4.112	7.820	90%
Sandía	2.061	3.337	3.754	12%
Resto	845	2.023	3.887	92%
<b>Total</b>	<b>11.991</b>	<b>26.818</b>	<b>38.090</b>	<b>42%</b>

los diferentes cultivos, en el cuadro 2 se detalla el valor, en millones de pesetas, de la exportación de cada uno de ellos durante las dos últimas campañas.

La Unión Europea es el destino natural de las exportaciones hortofrutícolas de Almería, tanto por su proximidad geográfica como por su elevado consumo y su alto nivel de vida, siendo el total de la exportación a dicha comunidad de 1.033.4125 toneladas, que representa el

zan, especialmente a Rusia, a través de países de la UE o de Polonia.

La difícil situación económica de Rusia está siendo motivo de preocupación al inicio de la actual campaña ya que se pueden frenar nuestros envíos a ese país, y lo que es más grave, puede obligar a Marruecos y a otros proveedores a desviar sus productos hacia la Unión Europea.