

*El análisis de Cajamar*

## Almería, una horticultura moderna

- La competitividad de las más de 40 mil hectáreas de invernaderos almerienses dependen de su capacidad para ofrecer a los compradores formatos de frutas y hortalizas adecuados a las necesidades del consumidor, y a través de un comercio bien organizado

**Pere Papasseit**

ppt@ediho.es

Desde hace unos años, la Fundación Cajamar publica en sus informes y monografías los análisis de las campañas “hortofrutícolas” de Almería. En la última de estas publicaciones sus autores señalan que sus reflexiones de este año obligan a releer y revisar los publicados en años anteriores.

Durante el último decenio en Almería, el análisis de una imaginaria gráfica con los resultados económicos de su horticultura, habría que calificarla como de continuos altibajos, dibujos con dientes de sierra entre épocas y alternativas de cultivo con beneficios y otros de pérdidas considerables. A finales de 2007 hubo un cierto ánimo de euforia y optimismo. El mejor de los estados de ánimo para afrontar los retos, dice el informe de Cajamar, publicado en noviembre del año pasado.

Para la horticultura de Almería, el informe Cajamar identifica siete retos para continuar progresando. Para el redactor de esta crónica en esta revista, la lectura del análisis permite trasladar también ciertas consideraciones a otras alternativas de la producción de frutas y hortalizas, menos intensivas que las almerienses y que se sostienen con otros métodos de producción distintos a las de los invernaderos, pero que igualmente forman parte de “la situación actual y perspectivas” de la industria hortícola actual en algunas regio-



*El stand del Ayuntamiento de El Ejido en ExpoAgro Almería 2008 estuvo dedicado a la comunicación a la ciudadanía de las ventajas del control biológico. En la imagen, Jorge Viseras, concejal delegado de Agricultura y Medio Ambiente, atiende la visita de un grupo de escolares.*

nes españolas.

### Los residuos

Hace unos años parecía que el reto más importante para la horticultura almeriense eran los residuos químicos en las hortalizas. Las amenazas que las empresas distribuidoras de alimentos europeos lanzaban contra los productores de pimientos, tomates y demás hortalizas de Almería han surtido efecto. Al abordar este primer reto, la incorporación de la lucha biológica de forma masiva en la horticultura de Almería, "el sector ha dado muestra de una capacidad de reacción envidiable".

La superficie en la que se han implantado las técnicas de control biológico de plagas y enfermedades supera las 11.000 hectáreas, lo que convierte a la provincia de Almería en la mayor concentración del mundo de invernaderos en el uso de esta tecnología de producción. La extensión de la lucha biológica, en este caso en la horticultura de Almería, no llega propiciada por una diferenciación de calidad y en los precios en las fruterías, sino como una exigencia innegociable por parte del comercio organizado. Una exigencia de seguridad alimentaria de los consumidores que no quieren residuos químicos no autorizados en las frutas y hortalizas en fresco, tampoco las quieren en las plantas de vivero, ni en las flores; ni en los árboles de paseos y parques de las ciudades.

El cambio estratégico que significa adoptar la lucha biológica en la tecnología hortícola simboliza un giro radical a favor de conceptos de calidad en el producto y en los métodos de producción hortícolas. A partir de esto, dice el informe de Cajamar, "la autoestima de todos tendría que aumentar y deberían abordarse el resto de asuntos pendientes". ¿Cuáles son estos asuntos? Con la lucha



biológica se alcanza un equilibrio en el que conviven las plantas junto con una fauna auxiliar, es un nuevo ecosistema que se desarrolla dentro de un invernadero, como ocurre también en una finca de hortalizas, frutales o en la producción de flores y plantas de vivero.

### Más retos

La disponibilidad de mano de obra en la horticultura es el segundo de los retos que se señalan en el informe de Cajamar como común denominador a todas las facetas de la horticultura, y un factor

clave en el que se encuentran continuamente avances parciales para la mejora de las explotaciones hortícolas. Actualmente, en la horticultura española la situación más favorable parece ser la selección y contratación de trabajadores extranjeros en los respectivos países de origen. De tal forma que se establecen marcos de cooperación con estos países y con otras regiones hortícolas españolas para gestionar las fluctuaciones de mano de obra que significan las épocas de recolección de los tomates, pimientos, lechugas, fresa y otras frutas.

**Con la incorporación de la lucha biológica de forma masiva en la horticultura de Almería, "el sector ha dado muestra de una capacidad de reacción envidiable"**

**Este informe, elaborado en la redacción de esta revista, recoge contenidos del "Análisis de la campaña hortofrutícola en Almería", publicado por Fundación Cajamar.**

En la horticultura la innovación es continua. Hay innovaciones en los calendarios extratempranos y en los de los frutos de plena estación. Hay innovación en la tecnología de producción y en la de poscosecha. Si hay innovación en las formas y colores de las frutas y hortalizas, imaginemos la que hay en las flores. A tanta innovación agraria se le corresponden valores para la mayor parte de los productos alimentarios.

En frutas y hortalizas, como señalan a menudo las informaciones de la revista Horticultura, hay un buen número de oportunidades para desarrollar un nuevo subsector hortícola que profundice en toda la gama de productos transformados y precocinados presentados en el comercio con formatos de venta adecuados a las demandas del consumidor de hoy y que significan opciones de progreso para los productores y para sus actuales corporaciones hortícolas.

Las perspectivas de crecimiento de la IV y V gama. son prometedoras. Los horticultores y empresas que ejecutan planes de negocios de este tipo no pueden plantearse sólo como un complemento para diversificar el mercado del producto tradicional y entero, tal y como entra en los almacenes de poscosecha tradicionales, sino como una iniciativa empresarial autónoma con carácter de industria alimentaria que necesita formatos de venta novedosos y útiles para los compradores.

### Producir para vender

En Murcia y Almería seguramente están las mejores

organizaciones del comercio de frutas y hortalizas europeas. En El Ejido, Pulpí, Aguilas, Mazarrón, Torrepacheco o San Javier existen empresas que están muy atentas hacia aquello que necesitan los consumidores actuales, y por ello, estas compañías crecen con mucha rapidez.

Avanzar en la cadena de valor en la industria hortícola supone disponer de grandes cantidades de hortalizas, se dice en el cuarto de los retos que plantea el informe Cajamar, pero también, se añade, hay que disponer de la diversidad de gama y la extensión de calendario de disposición que precisa la distribución organizada. La futurología empresarial de la horticultura puede permitir adivinar que las organizaciones que quieran convertirse en operadores globales de frutas y hortalizas tendrán que trabajar con productos de diferentes orígenes y resolver sus servicios como empresas logísticas especializadas, combinando las recepciones u envíos de mercancías. Si en los años setenta hasta ahora hubo un Perpignan para las verduras españolas ¿por qué en este siglo no va haber un Murcia, Almería como corredor verde o centro manipulador para la moderna industria hortícola europea en el Mediterráneo?

Para la innovación hortícola se necesita formación continua. Para los nuevos tiempos, en el informe Cajamar se señala a la formación como uno de los mayores déficits provinciales. En el caso de la implantación del control biológico el esfuerzo de ponerse al día se ha realizado. Los técnicos que han trabajado en ello en Almería, junto con los agricultores, son los grandes protagonistas de lo que se celebra como un éxito colectivo. La formación para los nuevos tiempos es el quinto de los retos que señala el análisis de

**La adena de valor, igual en frutas y hortalizas, supone estimular sensaciones con el consumidor. En productos alimentarios, lo principal es el sabor, como lo muestra la imagen del stand de Semillas Fitó.**

**Agricultura y medio ambiente caminarán de la mano en Andalucía. Ayuntamientos como La Mojonera, Roquetas de Mar y Vicar colaboran en la promoción del binomio agricultura y medio ambiente. Esta es la imagen promocional de una web con estas iniciativas.**



Cajamar para la horticultura de Almería y que en esta crónica se toman prestados a estos retos como referencia generalista para otras opciones hortícolas.

La formación hortícola abarca bastantes niveles de decisión y entre ellos hay que contar también a la gestión de las empresas, el marketing y la comercialización. Una horti-



cultura de precisión y con costes de implementación medios como es la de Almería requiere modernización en las prácticas de cultivo —como la emprendida ahora con éxito de la lucha biológica— el control de clima en los invernaderos o la evolución hacia una diversidad de modelos de invernadero para una misma región que permitan opciones de calendarios con plantaciones en distintas épocas de año. Los agricultores pueden atreverse con más modernizaciones, como por ejemplo, la fertirrigación automática y también para la logística de recolección de frutos y el transporte de estos desde la planta hacia los almacenes de poscosecha o, por llamarles de otro modo, a las industrias agroalimentarias de preparación de frutas y hortalizas también en las gamas de la IV a la VI.

Para la horticultura, explican los redactores de Cajamar, es ineludible conocer los cambios que se han producido en el sector agroalimentario internacional y las nuevas técnicas que se están aplicando en la gestión empresarial con una atención especial a las cuestiones referentes a las herramientas para mejorar la comercialización de los productos.

### Los consumidores y la rentabilidad de los productores

Atraer la atención de los consumidores es otro de los retos esenciales. El sexto, del informe de Cajamar y que señala a la creación de una interprofesional llamada Hortyfruta (enero, 2007) como la gran iniciativa para abordar los retos colectivos pendientes.

El último aspecto de estos retos, el séptimo, al que se refieren los autores del informe es el de la rentabilidad de las explotaciones. En la horticultura hay un encarecimiento de los factores de producción y estancamiento en los rendimientos por unidad de superficie. Entre el año 2000 y 2007 los costes se han incrementado un 16% y, la tendencia indica que en Almería lo seguirán ha-

**En frutas y hortalizas hay un buen número de oportunidades para desarrollar un nuevo subsector hortícola que profundice en toda la gama de productos transformados y precocinados**

# Efecto Sinérgico

El éxito de su negocio.



## Surtido de Variedades

Cyclamen, con un gran surtido de colores y tamaños, donde usted podrá escoger el que más se adapte a sus condiciones de cultivo (Micro, Mini, Medio, Eco y Grande) o Poinsettia, las mejores variedades garantizadas, para el desarrollo de un buen negocio.



**PROMOCIÓN**  
a través de

probarás Fischer

Para más información consultar a su Delegado Técnico de zona.

**syngenta**

Syngenta Seeds S.A  
Balmes 117-5ª planta  
08008 Barcelona  
Tel. 934 040 508  
Fax 934 040 490  
[www.syngentaseeds.es](http://www.syngentaseeds.es)  
[www.sg-flowers.com](http://www.sg-flowers.com)



ciendo a razón de tasas interanuales superiores al 3%.

La capacidad de actualización de los productores sobre las cotizaciones de los frutos es limitada y por ello la principal vía para aumentar sus ingresos y mantener la rentabilidad de las explotaciones hortícolas reside en la mejora de las producciones y calidades que se obtienen por unidad de superficie, es decir, la productividad. Actualmente, señalan los autores de Cajamar en el análisis de la campaña pasada, sólo con la mejora de las prácticas culturales en la horticultura de Almería y con técnicas de bajo impacto pueden conseguirse mejoras en los rendimientos superiores al 25%. "Con la simple extensión de buenas prácticas culturales se podrían incrementar notablemente las cantidades cosechadas reduciéndose los costes de cultivo" y añaden que "habría que copiar la inquietud de mejora continua de los agricultores del Norte de Europa.

### Resultados recientes en Almería

El hecho más significativo de la campaña hortícola del año 2006-07 en Almería fueron las alertas sanitarias en partidas de pimientos, provo-

***Una horticultura de precisión y con costes de implementación medios, como es la de Almería, requiere modernización en las prácticas de cultivo —como la emprendida ahora con éxito de la lucha biológica—, el control de clima en los invernaderos o la evolución hacia una diversidad de modelos de invernadero para una misma región que permitan diferentes opciones de calendarios con plantaciones en distintas épocas de año. Las imágenes muestran visitas a ensayos de cultivo bajo invernadero.***

cadadas por el uso de productos químicos no autorizados y por límites máximos de residuos autorizados en los distintos países y especies de hortalizas. Ante la alternativa de pérdida de mercados, los agricultores de Almería han optado -parece

que de forma definitiva- por las técnicas del cultivo integrado. Probablemente, señala el informe de Cajamar, este proceso supone uno de los cambios más importantes a los que ha tenido que enfrentarse el sector durante los últimos años.

La producción de hortalizas en Almería está en niveles similares a los de los últimos años: 2,84 millones de toneladas y las exportaciones en 1,54 millones de toneladas. El importe total de las cantidades liquidadas a la agricultura de frutas y hortalizas de Almería

podría rondar los 1.443 millones de euros.

En cuanto a la evolución del comercio hortofrutícola en Almería, se aprecia una tendencia a modificar los calendarios de las plantaciones para concentrar mejor la oferta en las épocas más favorables para el clima de Almería. Las exportaciones comienzan en septiembre, y en febrero se inicia el descenso de las ventas hasta un final de campaña que se considera de abril a junio, para pimientos, tomates, y pepinos como las grandes opciones. Por tanto, ahora, existe una tendencia de acortamiento de la campaña de exportaciones para apuntar a la época de menor competencia.

La revolución de los productos de la horticultura en el sur de Europa proviene del aumento de las importaciones de países terceros mientras se reduce el comercio intracomunitario. En hortalizas, los productos que están sufriendo

**Con la lucha biológica se alcanza un equilibrio en el que conviven las plantas junto con una fauna auxiliar. Es un nuevo ecosistema que se desarrolla dentro de un invernadero**



## Planta ornamental

Substratos especiales que aseguran el éxito en el enraizamiento, multiplicación y cultivo.

Fabricados por Klasmann-Deilmann GmbH.

 *We make it grow!*



  
**VALIMEX S.L.**

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO EN ESPAÑA

C/. Cuenca, 4, pta 1 • 46007 Valencia • Tlf. 96 385 3707 • Fax 96 384 4515 • e-mail: ventas@valimex.es • www.valimex.es



**Vista general de la última edición de la Expo Agro Almería.**

más intensamente la competencia de países no comunitarios son el tomate, el pimiento, la berenjena y el calabacín.

Con la situación de debilidad de la oferta de pimiento Almería debido a las alarmas fitosanitarias, Israel ha modificado sus programas de cultivo de pimientos y aumentado de forma sustancial sus envíos a la UE; se cree que en un 45%. Por otra parte, Marruecos aprovecha al máximo los cupos de tomates autorizados por la UE, alcanzando las 260.000 toneladas (un 20% más respecto de la campaña anterior) y, mientras tanto consolida con éxito la ampliación de producciones de judías verdes y calabacín.

### Hacia dónde vamos

En la horticultura hay grandes costes de (1) instalaciones con riego, maquinaria y automatización, control del clima con plásticos e invernaderos, la protección de la sanidad vegetal, etc. y, por otro lado, los planes del negocio que afectan a las inversiones anuales (2), los calendarios del cultivo, los proveedores de material vegetal, la organización de la poscosecha y la logística del comercio. Las in-

versiones económicas necesarias para un gran número de cultivos de frutas, hortalizas, flores o de plantas de vivero son tan significativas, que por ello en muchos países y también en esta revista al conjunto de estas actividades, como sector económico, la llamamos "industria hortícola". Por ello, en el informe Cajamar para influir sobre el futuro de Almería se da importancia a la tendencia de señalar como a un gran objetivo incrementar los rendimientos por metro cuadrado en los invernaderos.

A partir de la campaña 2007-08, en Almería, la lucha integrada deja de ser una opción para agricultores avanzados y se convierte en una obligación para todos aquellos horticultores en Almería que quieren continuar teniendo opciones de negocio en el mercado de hortalizas extratemperanas. Esta situación plantea una nueva oportunidad para la industria hortícola almeriense porque con la necesidad de favorecer a la fauna auxiliar los cultivadores quedan obligados a mejorar el manejo del ecosistema que se crea en los invernaderos y, por tanto, se verán obligados a incrementar las prestaciones del invernadero.

La lucha integrada y el manejo del control biológico obliga a las organizaciones (cooperativas, alhóndigas, marcas comerciales, coordinadores de exportación, etc) a

---

**En frutas y hortalizas hay un buen número de oportunidades para desarrollar un nuevo subsector hortícola que profundice en toda la gama de productos transformados y precocinados**

---



**La mayor parte de los proveedores de material genético en la horticultura española resaltan la relevancia de los aspectos mediambientales en la producción de frutas, hortalizas, flores y plantas de vivero. Imagen de Rijk Zwaan.**

cooperar para iniciar nuevos proyectos entre los que podrían estar fórmulas de comercio agroalimentario con mayor valor añadido que la venta de pimientos y tomates en cajas y de formas bastante indiferenciadas para la venta a granel en los supermercados y fruterías.

Hay quién opina que frente a la concentración del comercio minorista en grandes cadenas de supermercados una solución para los cultivadores es la concentración en origen. A esta idea, de la concentración de la oferta, dice el análisis de Cajamar, habría que añadirle la capacidad para completar el calendario de comercialización a los doce meses del año con una gama más amplia de productos, y esto sería más fácil de abordar con empresas de gran tamaño

Ante el temor por la creciente presión ejercida por ter-

## Tecnología de producción

## Jornada técnica y comercial de S&amp;G

## El mercado exige, Almería responde

- En Almería, el control integrado se ha implementado con éxito en el 99% de la superficie de pimiento, y para la campaña 2007/08 se ha llegado a las 5.000 hectáreas bajo esta técnica agronómica



ceros países para introducir frutas y hortalizas en el mercado europeo, la conclusión que extrae el análisis de Cajamar después de la experiencia vivida con el desafío que ha significado la puesta en marcha de la lucha biológica, es que la competitividad de las más de 40.000 hectáreas de invernaderos de plásticos almerienses a partir de ahora dependen más de su capacidad para ofrecer a los compradores formatos de frutas y hortalizas adecuados a las necesidades de los consumidores y a través de un comercio bien organizado. Esta visión del comercio agroalimentario europeo puede tener mayor relevancia que costes de producción menores.

La innovación sigue siendo la gran tarea pendiente, dice el informe Cajamar, mientras recuerda el carácter estratégico de los invernaderos para la provincia de Almería y aprovechando la ocasión en esta revista se aprovecha para recordar este carácter estratégico de la socioeconomía hortícola para Andalucía y para un buen número de regiones españolas.

## Para saber más...

La transformación de Almería se ha visto reflejada en las páginas de Horticultura. Algunos de los últimos artículos publicados que dan cuenta de ello son:

- **¿Hay cambios estructurales en la horticultura de Almería?**

([www.horticom.com?63837](http://www.horticom.com?63837))

- **Almería 2002: tránsito hacia otra realidad**

([www.horticom.com?54554](http://www.horticom.com?54554))

- **Agronomía del riego en cultivos sin suelo**

([www.horticom.com?55065](http://www.horticom.com?55065))

- **Control biológico de plagas en pimiento en Almería**

([www.horticom.com?52589](http://www.horticom.com?52589))

S&G, la marca de semillas hortícolas de Syngenta Seeds, ha organizado su Jornada Técnica y Comercial 2007, donde expertos del sector agrícola analizaron las estrategias necesarias para afrontar los retos del mercado actual en pimiento, tomate y las técnicas de control integrado.

El escenario elegido para el encuentro fue el Centro de Investigación y Ensayos "Rafael Cantón" de Syngenta Seeds en El Ejido, Almería. El evento contó con la asistencia de 400 personas, entre los que se encontraban técnicos y comerciales de empresas productoras y comercializadoras del sector.

Bajo el lema "el mercado exige, nuestra agricultura responde", el simposio técnico y comercial revisó la situación del sector hortofrutícola alme-

riense, que ha sufrido importantes cambios en la última campaña por la necesaria implantación del control integrado, principalmente en los cultivos de pimiento.

Pedro Pleguezuelo, Jefe de Producto de pimiento de Syngenta Seeds, fue el encargado de abrir la conferencia junto a Juan Luís Pérez, Director de Ventas Hortícolas de Syngenta Seeds Sur EAME. Ambos dieron la bienvenida a los asistentes y presentaron al primer ponente, Antonio Montserrat, Técnico del servicio de Sanidad Vegetal de la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia. Montserrat habló acerca de las medidas para prevenir el contagio de la plaga de la polilla del tomate (Tutta Absoluta), que apareció en la zona murciana en el mes de julio, pero

**Los asistentes a la jornada pudieron recorrer los distintos ensayos en pimiento, tomate, clabacín y pepino.**

que afortunadamente, no se ha extendido de forma masiva en los invernaderos de la región.

Antonio Montserrat explicó las medidas fundamentales a tener en cuenta para hacer frente a la plaga de la polilla del tomate, entre las cuales destacó por su eficacia, el aislamiento de los cultivos y las medidas higiénicas, así como el control tecnológico, químico y biológico.

## Tendencias de mercado

La segunda conferencia, ofrecida por David del Pino, Director General de la Coope-