Asaja recuerda que el sector hortofrutícola tiene como tarea pendiente la recuperación de la facturación del agricultor

Noticias

La organización agraria apunta que detrás de las grandes cifras del sector hay una realidad de baja rentabilidad que debe ser tenida en cuenta para garantizar el mantenimiento de este sistema productivo.

Que la última campaña hortícola de la provincia no será recordada por sus grandes resultados a nadie debe extrañar pues queda patente que a pesar el esfuerzo realizado por el agricultor, se confirma que la facturación en origen, y al agricultor, permanecen en horas bajas y esto no sólo **ha sido reflejado en el balance que ASAJA-Almería presentó el pasado mes de julio**, sino que además los datos de las exportaciones de la provincia trasladados por representantes de la Junta de Andalucía estos días lo reiteran: “hemos vendido fuera más pero no a mayor precio”. Esto, el potencial del sector, el incremento de exportaciones, que a priori podrían ser vistos como un éxito, no lo es tanto si lo que deja detrás son descensos en la economía y en el bolsillo de aquellos que soportan al que es el sector agrario que más aporta a las exportaciones almerienses y andaluzas.

Esta pasada campaña, según el balance de ASAJA en la provincia, dejó para los agricultores unos **precios un 22% por debajo de la anterior, disminuyendo por tanto el valor de la producción en un 7% (1.482 millones de euros)**, similar a la caída experimentada por el valor de nuestra producción comercializada y esto a pesar de que incrementamos nuestra producción un 14% hasta superar los 3 millones de toneladas.

ASAJA recuerda que detrás de todas estas grandes cifras está el esfuerzo de los profesionales, de los agricultores que han decidido dar un paso más y están alargando nuestra campaña durante los doce meses del año en busca de rentabilidad, de nuevos mercados, de nuevos cultivos, para recuperar una renta perdida en los últimos años debido al paulatino incremento de los costes de producción que en la última campaña se incrementaron un 14% de media, pero que vienen creciendo a un ritmo constante. Así, de este modo, entre gastos corrientes que se han disparado, como la luz, y el incremento del valor del crédito, la situación real es que al agricultor almeriense las cuentas en una campaña como la pasada, no le salen. De hecho, según estimaciones de ASAJA la rentabilidad de una hectárea de invernadero en Almería, después de descontar las amortizaciones y gastos de financiación externa, no supera los 6.000 euros de media y según refleja un informe técnico elaborado por el propio Ministerio de Agricultura el tomate, el producto “estrella” de la provincia, dejó hace dos cosechas (2012-2013) unas pérdidas por hectárea que rondaban los 900 euros y por ejemplo, el melón obtuvo un “beneficio” en la campaña 2010-2011 de 3 euros/ha.

“Con esto queremos destacar que es importante cuando se habla del sector en la provincia que no se olvide la realidad que hay detrás de estas grandes cifras, que son las familias que dependen de que entre todos hagamos del sector de las frutas y verduras un sector rentable para todos los eslabones de la cadena”, señala Francisco Vargas, Presidente Provincial de ASAJA.

Esta semana el sector ha sido protagonista de la actualidad agraria tanto por la celebración exitosa de la feria Fruit Attraction, como por su papel protagonista en las campañas de promoción de la Semana de la fruta y verdura en la Dieta Mediterránea puesta en marcha por el Ministerio de Agricultura. En ambas citas ha quedado reflejado a grandes rasgos la importancia y el peso que tiene la producción de frutas y hortalizas en nuestra economía nacional y por eso ASAJA ha querido trasladar una situación que debe ser tenida en cuenta también para afrontar con garantías el presente y el futuro de este sector.

ASAJA-Almería