

La pandemia encamina a la agricultura hacia un modelo verde y competitivo

El sector agroalimentario ha tenido un protagonismo destacado en la crisis del covid-19 en el abastecimiento a la población

Rosa Carrizosa | 06.06.2020 | 21:02



Invasado de pimientos en la cooperativa Surinver de Pilar de la Horadada. tony sevilla

La intención es promocionar el producto de proximidad y de calidad, pero no olvida sus demandas de agua, precios justos y control de la importación de fuera de la UE.

«Esta crisis sanitaria ha puesto de manifiesto una realidad. Además de tener una industria potente para no depender de otros países, hace falta una agricultura fuerte que garantice productos de primera necesidad. El sector agroalimentario es un pilar estratégico y una actividad esencial que ha podido garantizar el suministro de alimentos para todo el mundo». Es una larga frase de Ramón Espinosa, secretario técnico de Asaja-Alicante, pero que confirman agricultores y operadores del campo. Un sector que en la provincia aglutina 35.000 explotaciones agrícolas, con los últimos datos de 2016, y a un total de 28.700 ocupados, entre trabajadores por cuenta ajena y autónomos, según los datos oficiales facilitados por Asaja-Alicante.

Tras la experiencia de la crisis del **coronavirus**, uno de los primeros retos que se plantean los productores es aprovechar esa corriente de reconocimiento de la relevancia de esta actividad que

han tenido por parte de los consumidores. «La pandemia nos ha enseñado la importancia de un sector que muchas veces está infravalorado, pero que en más de una ocasión ha sido y es fundamental para la recuperación económica y también nos ha enseñado la trascendencia de garantizar la cadena del suministro de alimentos», apostilla Salvador Hernández, director general de Surinver, destacada cooperativa de frutas y hortalizas de la provincia, situada en la población de Pilar de la Horadada.

Sostenible y motor rural

Sin embargo, los agricultores admiten que cuando se pasen los ecos de la apreciación recibida deben trabajar en varios frentes. De una parte, tienen claro que, con el apoyo del consumidor, tienen que poner en valor los productos de proximidad, sostenibles y frescos de temporada. «Animo a la sociedad a que nos apoye en nuestra lucha por producir alimentos de calidad, en nuestra contribución por fijar la población en el medio rural, en cuidar del territorio, del medioambiente, del paisaje y para contribuir a mitigar los efectos del cambio climático», resalta Carles Peris, secretario general de la Unió de L'auradors.

Además, durante esta crisis sanitaria se ha producido un cambio de hábitos del consumidor, que parece que «valora más el origen local, el mercado de proximidad», una circunstancia que puede resultar interesante de cara a las nuevas apuestas y al reforzamiento del sector, a juicio de Margarita Brugarolas, profesora del área de Economía, Sociología y Política Agraria de la Universidad Miguel Hernández (UMH), de Elche. Aunque se desconoce si estos nuevos hábitos se mantendrán en el tiempo, al menos, entre los objetivos del sector se encuentra orientarse hacia agriculturas modernas, basadas «en el pacto verde que propone como reto la Comisión Europea, aunque solo será posible respaldando a los profesionales», advierten desde la Unió de L'auradors.

Los retos de la PAC

También la experta universitaria aconseja fomentar la «agricultura verde», entre otras cosas, porque la nueva Política Agraria Común (PAC) tiene como principio fundamental el desarrollo sostenible y el mantenimiento de la biodiversidad. Un escenario en el que Alicante tiene cierto camino recorrido en lo que se refiere a agricultura ecológica. El 25% de la superficie agraria útil en Alicante es bio, según los datos de Asaja-Alicante, que asegura que el vino, los cítricos, el aceite o los frutos secos se adaptan bien a este sistema. De hecho, Alicante comenzó liderando en la Comunidad este tipo de cultivo, pero en los últimos años Valencia le ha tomado la delantera en superficie. Entre otros motivos, quizá, «porque algunos productores aún son reacios a este sistema», según señala la experta de la UMH.

Vicente Ramón Sempere, 49 años, productor de cítricos en unas diez hectáreas en Alicante, podría encuadrarse en este grupo. «Mi fórmula es la tradicional, pero el sistema de producción sin residuos que utilizo también es un avance, ya que usamos productos fitosanitarios que se

degradan con el tiempo y, cuando vas a recoger la cosecha, los residuos son cero». De momento, este productor no se plantea iniciarse en el cultivo ecológico, pero no lo descarta a medio plazo.

Asentado que uno de los retos del sector es reivindicarse, con apoyo de la Administración, como sector estratégico y esencial y recoger la tendencia de la demanda del producto de proximidad registrada durante la crisis, los agricultores tienen que poner el mismo empeño en su vertiente exportadora, que tanto rendimiento ofrece.

Europa como mercado local

En este sentido, Margarita Brugarolas advierte de que, además de un desarrollo sostenible dirigido a la agricultura verde, «tenemos que hacer que los consumidores europeos sientan como suyos nuestros productos. Podemos ser el mercado de Europa en frutas y hortalizas», subraya.

Fundamentalmente, porque durante la crisis sanitaria los ciudadanos de Holanda o Alemania, entre otros, también han apostado por sus productos locales. Un hándicap que no se sabe qué efectos puede tener. Desde Bonnysa, gran operador de tomate, entre otros productos, se resume que en estos meses, «en el exterior, las ventas se han producido de manera similar a las del mercado interior, con incrementos en los costes logísticos y con países que optaron por la proximidad por el apoyo económico interno de cada nación», según Jorge Brotons, director general de la empresa. En Asaja también cuentan que varias televisiones alemanas se pusieron en contacto con ellos para saber si exportarían productos a su país durante la crisis.

Los datos el primer trimestre del año arrojan un balance positivo del comercio exterior del sector agroalimentario provincial, ya que las exportaciones de frutas, legumbres y hortalizas registraron un incremento del 18% y el 11%, respectivamente, según el Instituto de Comercio Exterior (ICEX) en Alicante. De hecho, el abastecimiento de alimentos durante la emergencia sanitaria y las ventas al exterior dibujaron un panorama menos dramático para la agricultura provincia. «Se puede decir que hemos salvado los muebles, al ser declarado servicio esencial, si lo comparamos con otros sectores que, desgraciadamente, han tenido que cerrar», asegura Espinosa.

Aunque en este tiempo no todo han sido cuentas positivas. El cierre obligado del canal Horeca (hoteles, restaurantes o cafeterías) «dejó en la estacada a muchos de nuestros productores», advierte Josep Sanchís, desde la Unió de L'auradors. «Y ha generado impactos negativos, como se ha visto, en la cebolla, la patata, el vino, el aceite y ganadería», apostilla Espinosa, de Asaja, quien alerta de que se desconoce cómo será su reactivación y la demanda. La suspensión de este canal ha mermado las ventas de productos como la cebolla, la patata, el vino, el aceite y la ganadería. Y, ahora, se teme que, si tampoco llega un volumen importante de turistas, en casos como el vino «se pueden solapar campañas como la de la uva o la aceituna» y eso puede suponer un exceso al almacenamiento que ya tienen las bodegas y almazaras, advierte Ramón Espinosa, de Asaja.

Aunque la crisis ha supuesto «un punto de inflexión» dentro del sector, los agricultores no olvidan sus viejas reivindicaciones, expresadas, incluso, con tractoradas, en una campaña de movilizaciones que tuvieron que suspender por la emergencia sanitaria y el estado de alarma. Unas reclamaciones que pasan por un abastecimiento de agua que les permita tener asegurado el riego de los cultivos. Pero también alzan la voz sobre el problema de los bajos precios. «Los costes de producción son más elevados que lo que se le paga a los agricultores en el campo. Así, las rentas de los productores son cada vez más bajas», denuncian desde la Unió y Asaja. Un circunstancia que incide en el abandono del campo por parte de los agricultores, al margen del problema del envejecimiento de la población. Según la Unió, «la Comunidad es líder en superficie agraria abandonada, con más de 161.000 hectáreas dejadas de cultivar»; y la edad media del sector se sitúa en los 64 años.

Importaciones

En este escenario, Brugarolas pone sobre le tapete la experiencia de la coordinación que ha habido durante la crisis en toda la cadena y anima a que la continúen. «El problema de los precios pasa por la coordinación, además, la Ley de la Mejora de la Cadena Alimentaria ayudará». Para la experta, la clave está en coordinarse, en horizontal (agricultores), y, en vertical (agricultores con distribución); «y así ganarán más peso a la hora de negociar». «Deben darse cuenta de que no son enemigos», añade. Otra queja que enerva al agricultor es la importación de terceros países de fuera de la UE cuando en España se está en campaña de los mismos productos. «Y lo que hace es hundir los precios». Lo cuenta Vicente Ramón Sempere y lo reitera Pedro Valero, productor ilicitano de granadas y hortalizas. Pedro Valero y las organizaciones agrarias exigen a la UE que, «antes de firmar cualquier acuerdo con terceros países, realice estudios sobre los efectos que producen en el sector europeo».

Un esfuerzo durante la crisis que ha incrementando los costes

El gasto en transporte se ha duplicado y la dotación de equipamiento de seguridad ha podido suponer un 18% más

«Creo que el sector ha demostrado que está a la altura frente a cualquier situación, y que los consumidores están valorando más el trabajo del sector primario, como base económica de un país y que en momentos difíciles ha sido imprescindible para que las cosas no parasen», lo dice Jorge Brotons, director general de Bonnysa y presidente de la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas y Hortalizas (Fepex). Una aseveración que comparte su homólogo en la cooperativa Surinver, Salvador Hernández. No obstante, el esfuerzo realizado para arrimar el hombro en una emergencia sanitaria como esta, al igual que han hecho muchos colectivos, ha supuesto un aumento de costes de materiales, logísticos y de medidas extraordinarias para los productores, en general.

El primero e imprescindible, «y que ha venido para quedarse en todas las empresas», añade Brotons, ha sido el coste del equipamiento para cumplir el protocolo sanitario y de seguridad. «El gasto extra derivado de la puesta en marcha de las medidas de seguridad y sanitarios para asegurar el bienestar de los empleados ha supuesto para Surinver un incremento de un 18,13% sobre el gasto general mensual», cuantifica el director general. Los agricultores han visto que, en este tiempo, los hábitos de consumo cambiaban. Primero se demandaban alimentos de larga duración para, después, apostar por producto fresco, explica Jorge Brotons. Pero también envasado. Por ejemplo, la venta de la línea V Gama de verduras y hortalizas de calidad de Surinver ha aumentado en este tiempo un 18%, según datos de la empresa. Desde las organizaciones agrarias aluden, igualmente, a los gastos del transporte, «que se han duplicado», según Asaja, y a la falta de mano de obra, que poco a poco se ha podido ir corrigiendo.