

La pasada campaña fue récord de ventas en alhóndigas y manipuladoras almerienses

BNFIX Almería, ha presentado esta mañana en la Cámara de Comercio de Almería su tradicional informe hortofrutícola del campo almeriense, una radiografía del balance de situación y cuenta de pérdidas y ganancias de alhóndigas, cooperativas y SAT correspondiente a la última campaña 2016/17.

El vicepresidente de la Cámara y gerente de Vicasol, José Manuel Fernández Archilla, ha hecho una breve introducción resaltando que *“en la última campaña hubo picos de precios que no se daban desde los años 90”* para a continuación subrayar que *“Almería no para de crecer, pero si entendemos que el mercado de consumo es el europeo, ese crecimiento de la provincia es a costa de otras zonas españolas y también a costa de competidores de otros países”*.

“La experiencia de la pasada campaña nos dice que el cliente final puede pagar un poco más porque con buenos precios el consumo no bajó, y en cambio subió el precio al agricultor. Así que las bajadas de precios son injustificadas porque no incrementan el consumo significativamente”, explicaba Fernández Archilla.

Cuenta de Pérdidas y Ganancias

Los resultados del ejercicio - tanto en el modelo de subasta como en el de las empresas del envasado - evidencian que a mayores precios de mercado en las hortalizas los ingresos del agricultor crecen en similar proporción, es decir, que cuando las cotizaciones son buenas las empresas las repercuten en sus liquidaciones. Las primeras para fidelizar a los productores que aprovisionan con producto las alhóndigas y las segundas por ser empresas de economía social.

Con los siguientes datos se comprende dicha dinámica.

Las manipuladoras tuvieron en la campaña 2016/17 un crecimiento medio en su cifra de negocios de un 21%, que en kilos supuso un crecimiento medio de un 6%. Sin embargo, ese crecimiento no se refleja en su integridad en el resultado del ejercicio, 400.474 euros en 2016/17 frente a 365.519 euros en 2015/16, debido a que dicho beneficio empresarial se trasladó principalmente a las liquidaciones que percibieron los productores. Del mismo modo, las alhóndigas mejoraron en la campaña 2016/17 su cifra de negocio de media un 14%, mientras que su media de kilos se elevó un 6%. En cambio los resultados reflejan que también en este modelo dicho margen o ganancia se revertió sobre la cotización de sus agricultores.

Los precios de venta alcanzaron los mejores guarismos de la última década. Las manipuladoras (cooperativas y SAT) vendieron de media en 2017 a 0,97 euros/kilo frente a los 0,83€/kg de 2016 o 0,87€/kg de 2015. Continuando con el serial histórico se observa que son cifras récord: en 2014 el precio de venta tuvo una media de 0,88€/kg; en 2013, 0,87; en 2012, 0,79; en 2011, 0,81; en 2010, 0,81; en 2009, 0,82; en 2008, 0,86; o en el ejercicio de 2007, 0,83€/kg.

Las alhóndigas vendieron también en el último ejercicio a una media superior a la de las campañas anteriores. Así, en 2017 el promedio de las alhóndigas objeto del estudio se situó en 0,86 euros/kilo frente a los 0,72€/kg de 2016 o los 0,78€/kg de 2015. En 2014 la venta media de las alhóndigas cerró en 0,69€/kg; en 2013, 0,73€/kg; en 2012, 0,67€/kg; en 2011, 0,65€/kg; en 2010, 0,72€/kg; en 2009, 0,70€/kg; en 2008, 0,71€/kg; en 2007, 0,81€/kg; o en 2006, 0,65 €/kg.

Se observará que el precio de alhóndigas es inferior a las manipuladoras porque no incorporan el valor añadido de la confección o envasado de las hortalizas que caracteriza a éstas.

“Son unos números que reflejan que la última campaña hortofrutícola fue buena en precios para las empresas y para sus agricultores”, ha apuntado Antonio Alonso, socio fundador de BNFIX-AMB, durante la presentación del informe, “ambos modelos crecen, el de alhóndiga y el de manipuladora”.

Otros datos de interés

El informe de campaña hortofrutícola de BNFIX-AMB está basado sobre un universo de empresas hortofrutícolas que suponen el 75% del comercio total de frutas y hortalizas en Almería. Sobre estos datos se observa que *“el sector se está concentrando, ya que un menor número de empresas domina un importe neto cada vez mayor de la cifra de negocio”*, ha subrayado Antonio Alonso.

También ambos modelos están llevando a cabo inversiones, pero las vías de financiación son diferentes, ya que las alhóndigas acuden más al crédito bancario frente a SAT y SCA que eligen fondos propios o de sus socios. El endeudamiento bancario de las alhóndigas se sitúa en el 17,3% frente al 11% de las empresas envasadoras.

Ambos modelos son solventes. Así, por ejemplo, el fondo de maniobra - capacidad de la que dispone una empresa para poder atender sus pagos a corto plazo - crece en unas y en otras. En las empresas manipuladoras ha crecido en la última campaña de una media de 1,3 millones de euros a 2,1 millones €, mientras que en las alhóndigas dicho fondo ha pasado de 4,4 a 5 millones de euros.