

Vuelta al campo



PARO. Los desempleados de la construcción desplazan a los jornaleros inmigrantes

Decenas de extranjeros esperan su turno para entrar a comer en el Centro de Acogida en Jaén, donde llevan días deambulando sin lugar donde dormir y con pocas opciones de conseguir un trabajo. Foto: A.A.R.

Por ÁLVARO Á. RICCIARDELLI

En Alhendín, un pequeño pueblo de Granada, sobran trabajadores de la construcción. Durante años, la mayor parte de los casi 5.000 habitantes de esta pequeña localidad ha trabajado en unas obras que llevan meses paradas. Ahora, los que han tenido que dejar su puesto como albañiles están deseosos de cambiar la paleta por la azada; volver al campo se perfila como la más segura y única alternativa al paro.

Mariano, que cultiva tabaco y patatas en el pueblo, asegura que desde hace meses no dejan de preguntarle si tiene trabajo. “Los de la construcción llevan muchos años acostumbrados a la buena vida, y ahora que se les está acabando no ven tan mal volver a los campos. Eso sí, yo desde hace cinco años tengo a unos bolivianos que repiten conmigo en todas las campañas”. Pero ellos son una excepción.

Miles de inmigrantes proporcionaron toda esa mano de obra que durante años ha sido esencial para las campañas agrícolas, un sector del que muchos jornaleros españoles huyeron en busca de mejores condiciones y mayores salarios. Ahora, los de aquí vuelven, y los inmigrantes se quedan en la calle.

Este es el caso de Jaén, donde unos 4.000 extranjeros vagan, desde principios de mes, en busca de un puesto en los numerosos campos de aceituna de la zona, la primera en producción de aceite de oliva en el mundo. Aproximadamente

1.000 han tenido que dormir durante semanas al raso, ya que los albergues habilitados para acogerles no daban abasto. Están en la calle porque los empresarios ya no les necesitan; sus puestos han sido ocupado por miles de españoles que tuvieron que volver a los olivares, forzados por una crisis que no tiene fecha de caducidad.

“Llevo dos semanas sin ducharme, durmiendo en la calle” afirma Isas, senegalés de 24 años, que lleva uno y medio en España. Tiene todos los papeles en regla, pero da igual. Como tantos otros, Isas viene de trabajar en otras campañas agrícolas, donde le aseguraron que en Jaén conseguiría un puesto en la aceituna. En la agencia de trabajo temporal, donde en principio le dijeron que si no tenía casa no le daban trabajo, le explicaron que este año las cosas para ellos estaban peor, porque había muchos españoles en el paro con prioridad.

“No es que se priorice a los de casa, es que esto funciona bastante por el boca a boca, y los de aquí llevan mucho tiempo atentos a la campaña de la aceituna” asegura Ignacio, de la Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores de Martos, uno de los pueblos olivareros por excelencia de la provincia. “Durante estos últimos años los españoles han recolectado los fines de semana, para sacarse un extra. Desde hace siete u ocho se ha tenido que recurrir a mano de obra extranjera, pero este año se nota que los de aquí han vuelto a los olivares. Hemos dado de alta a muchísima gente que venía de sectores como la construcción y la industria; saben que en estos momentos lo único seguro es la campaña

Son más de 20.000 los parados españoles que se han apuntado este año a la campaña de la aceituna en Jaén

Evolución del paro registrado

■ NÚMERO DE PARADOS



Fuente: Ministerio de Trabajo e Inmigración.

EL PAÍS

en el campo”, explica Ignacio.

Las cuadrillas que trabajan en la aceituna, formadas casi todas por españoles, estaban ya cerradas a principios de diciembre. A pesar del alto paro en Andalucía

(uno de cada cuatro desempleados en España vive en esta comunidad), Jaén es una de las provincias con un menor aumento del paro en noviembre, un 0,82%, frente al 6,08 de media nacional. Los 150.000 puestos de trabajo que proporciona a la provincia la campaña tienen mucho que ver con estas cifras.

La dureza del trabajo en los campos no es un impedimento para los más de 20.000 parados andaluces que se apuntaron este año a la recolección en los olivares. Poco más de 50 euros es lo que cobra cada jornalero por 7 horas de trabajo, una suma que para muchas familias supone la diferencia entre llegar o no a fin de mes. “El trabajo es duro, y volver al barro, como se suele decir, no es fácil, pero muchos han visto que es la única salida. Después de poner una tienda, o trabajar en otros sectores, se han dado cuenta de que aquí la crisis no nos afecta”, señala José María, dueño de una asesoría en Castillo de Locubín, en el corazón de los olivares jienenses.

Los pueblos andaluces que viven del campo notan la crisis de otra forma. Allí no se destruye empleo, ni se despide a nadie, simplemente se ven desbordados por los que vienen de los sectores más golpeados.

Casi todos los inmigrantes que han acudido a Jaén esta temporada procedían del Levante (donde el paro entre extranjeros creció un 64% en el último año), de Almería y de Cataluña. La mayoría tiene papeles y llevan varios años instalados y trabajando en España; simplemente tienen la desgracia de pertenecer al colectivo más castigado por la crisis, el de los inmigrantes •

Sólo lo básico

CONSUMO. Las familias optan por comprar lo necesario en el mercado del barrio

Por YAQUELINE MALDONADO

Rosa y Miguel viven desde hace 45 años en el distrito de Vallecas y siempre habían hecho la compra en las grandes superficies comerciales de la ciudad. La pareja estaba

acostumbrada a aprovechar los sábados para adquirir provisiones. Volvían con el coche cargado de cosas. Eran otros tiempos. Ahora, con la crisis imperante y la jubilación en la mano, esta pareja prefiere ser más austera, comprar en el barrio lo “estrictamente necesario”, aunque eso signifique varios viajes al supermercado más

cercano durante la semana. Este cambio en los hábitos de consumo no es exclusivo de los pensionistas, sino que cada vez es más frecuente en las familias de clase media. Son las conclusiones de un estudio del grupo TNS, especializado en la investigación de consumo, aplicado a 8.000 familias. Compras más cercanas y cestas más pequeñas son el denominador común.

Si alguien ha resultado favorecido por esta situación han sido las cadenas pequeñas y regionales. Un 10% de ellas crecieron en el último año y se estima que lo harán un 5% más en el próximo semestre. Un nuevo desafío ante el predominio de los cuatro principales grupos de distribución en España —Carrefour, Mercadona, Eroski y Auchán— que concentran el 60% del negocio de los productos de alimentación. En Cataluña y Galicia el consumo en los pequeños centros ya alcanza el 20%. Las razones: la accesibilidad para

los clientes y el ahorro en combustible.

Otra historia de éxito es la de las marcas blancas. Sólo la cadena Eroski, con más de 2.000 establecimientos, ha puesto en circulación más de 300 nuevos productos con su sello en 2008. Los consumidores ya no se conforman con reducir el número de productos (un 2,8% menos en la cesta de la compra según un estudio de Nielsen Company) sino que se deja seducir también por los precios más baratos: las marcas blancas representan ya el 43,2% de los productos de gran consumo que adquieren los hogares españoles.

Sin embargo, el descenso medio de las ventas comerciales en los diez primeros meses de 2008 se sitúa en torno a un 10% en relación con el mismo periodo del año anterior, según la Confederación Española de Comercio. El sector mobiliario y el de la decoración, afectados especialmente por la crisis, alcanzan hasta un 50% •