



AVANCE CAMPAÑA HORTÍCOLA DE ALMERÍA 2017/2018

Septiembre 2017 – Junio 2018

GRANDES CIFRAS

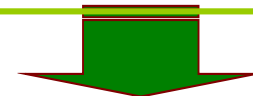
A pesar de la excepcionalidad de la pasada campaña, en la actual se han obtenido **los segundos mejores resultados de los últimos años.**

Teniendo en cuenta la evolución de las últimas campañas esta última ha sido **continuista y aceptable**

Valor pagado al agricultor:

2.170 M€ (-12,6%)

(-0,19% que la media de las 3 últimas campañas)



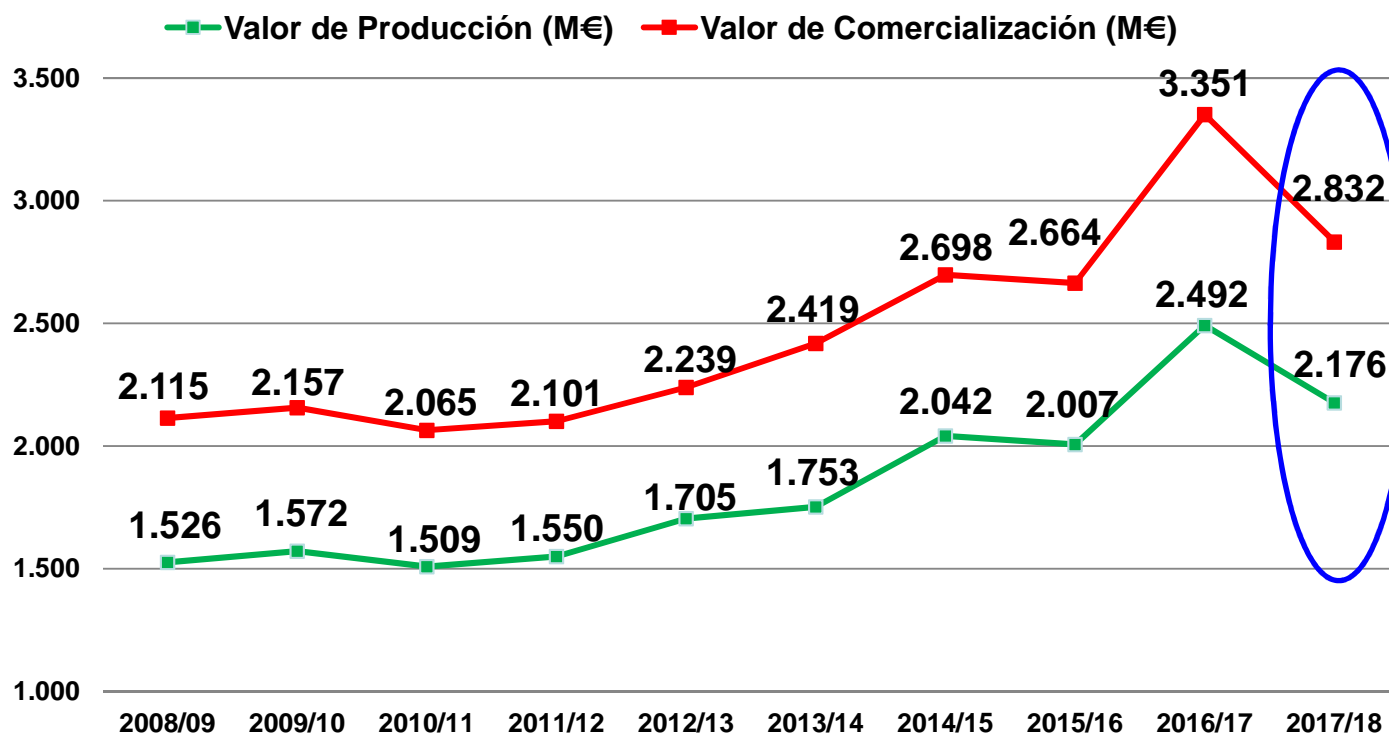
Valor comercialización:

2.830 M€ (-15,4%)

(-2,47% que la media de las 3 últimas campañas)



VALORES DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

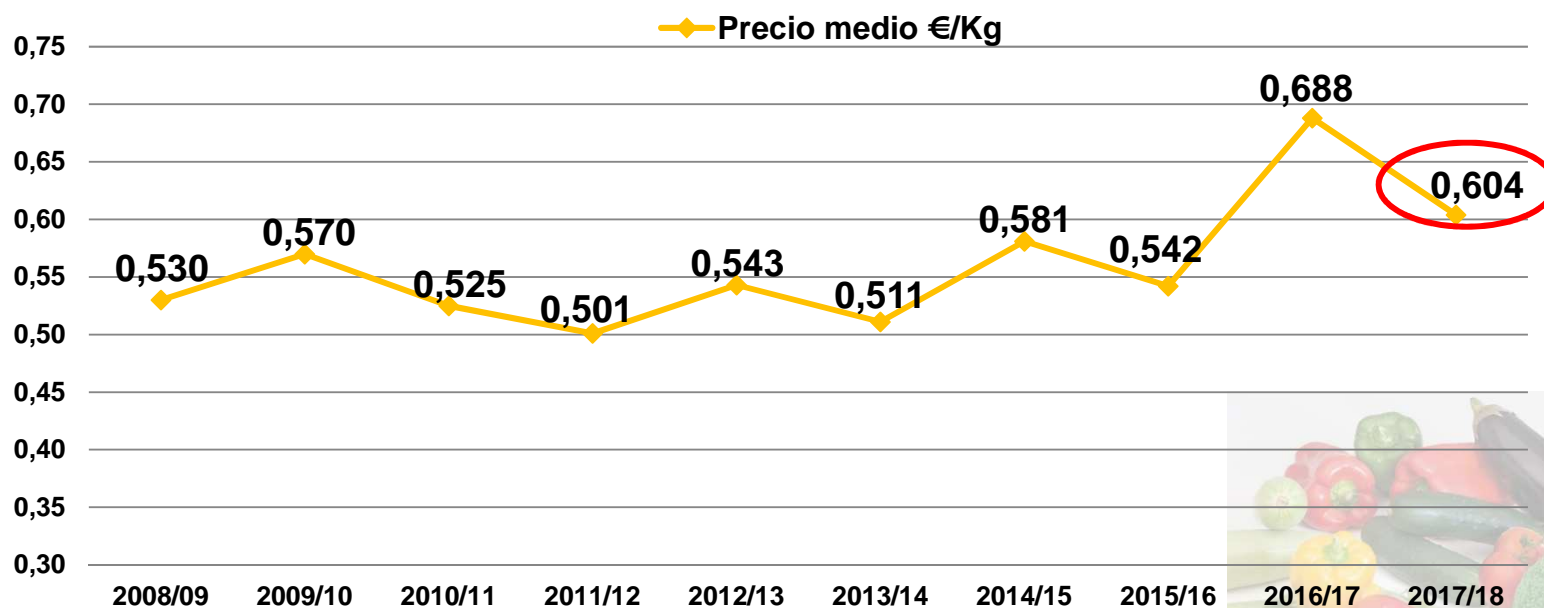


Tanto el valor de la producción como el valor de comercialización **están por encima de los valores de la serie histórica**, a excepción de la pasada campaña.

PRECIOS MEDIOS DE LA PRODUCCIÓN

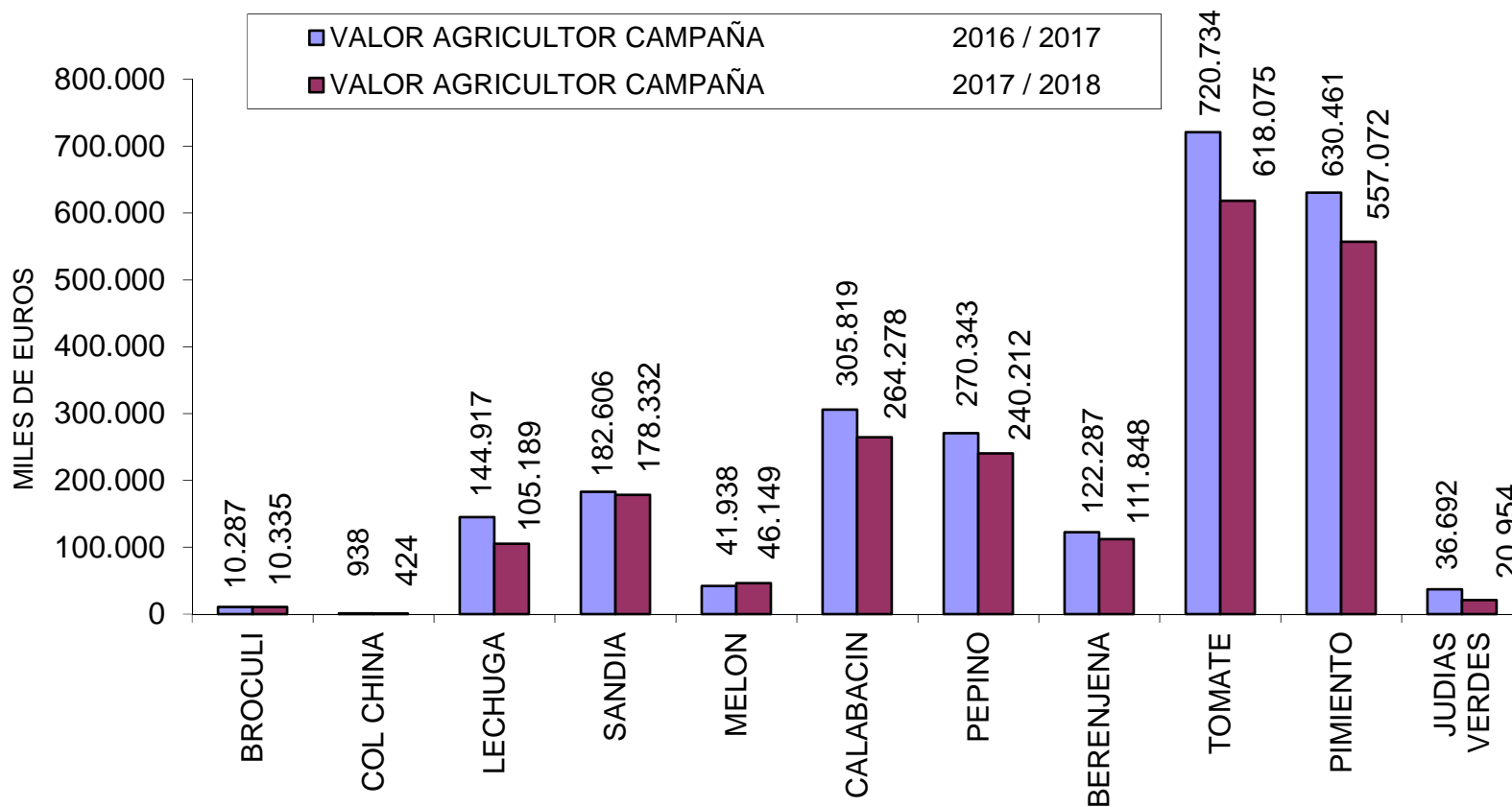
El segundo mejor **precio medio pagado a los agricultores**, de la serie histórica.

- **8 céntimos menos que en la anterior campaña.**
- **0,604 €/Kg** que coincide con **la media de las tres últimas campañas.**



VALOR DE LA PRODUCCION POR PRODUCTOS

COMPARATIVA DEL VALOR AL AGRICULTOR DE LA PRODUCCION DE HORTALIZAS



Crece el **melón** (10%), **brócoli** (0,4%); ligeros descensos en **sandía** (-2,3%), y descensos en **berenjena** (-8,5%), **pepino** (-11,1%), **pimiento** (-11,6%), **calabacín** (-13,5%), **tomate** (-14,2%), **lechuga** (-27,4%), y **judías verdes** (-42,8%).

SUPERFICIE: ligero descenso (-777 ha)

PRODUCCIÓN: levemente inferior a la pasada campaña.

Superficie total de cultivo de hortalizas: **56.869 ha** (-1,35%)

Superficie de invernadero: **31.034 ha** (+1,24% que suponen 380 has. mas).

Casi el 50% de la superficie del invernadero se hace **dobles cultivo**.

Producción: baja ligeramente en **-17.925 t** alcanzando los

3.602.523 toneladas

-0,5% menos que la **campaña anterior**.

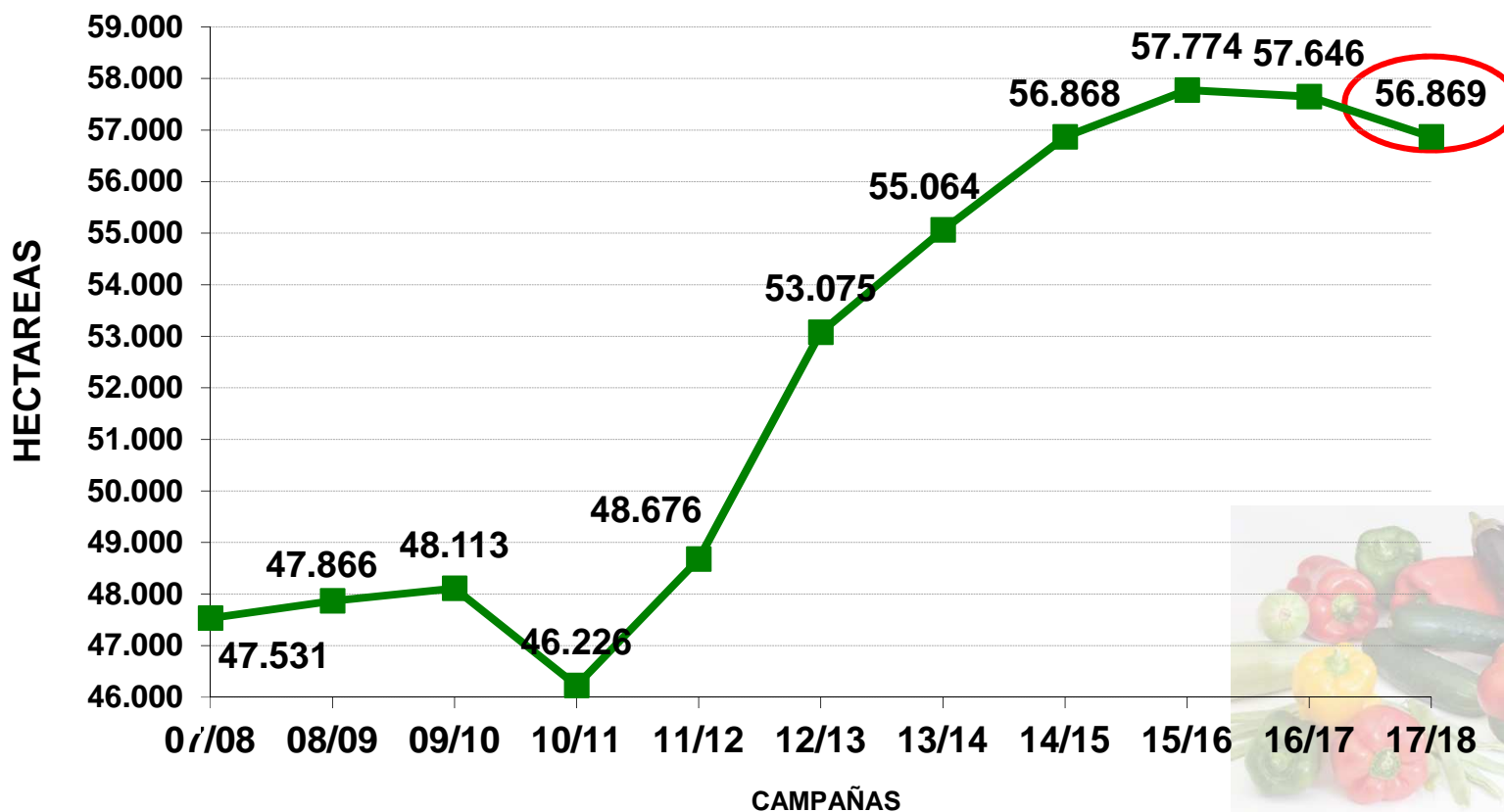


EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE DE CULTIVO

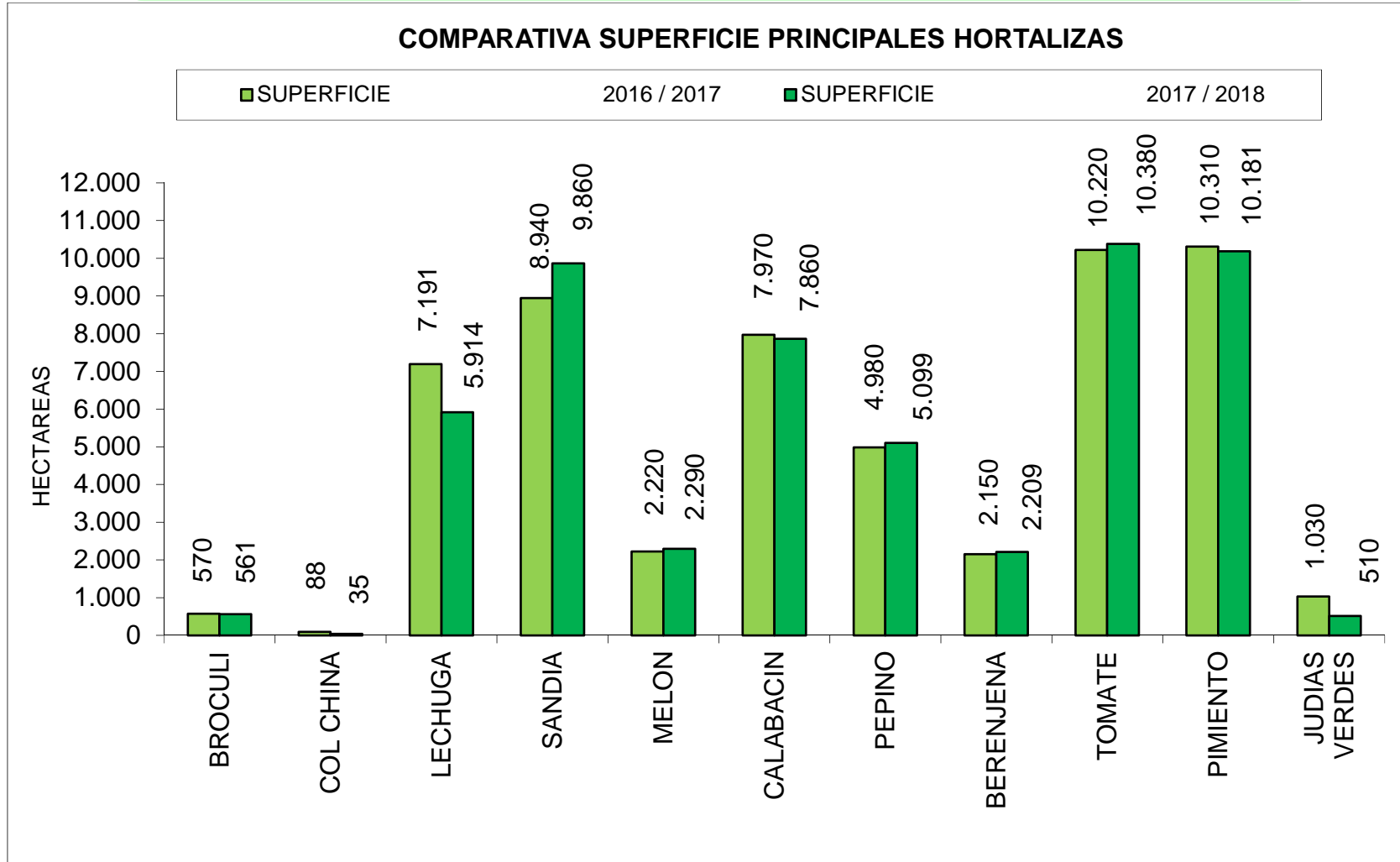
Baja: -777 hectáreas (-1,35%)

Aumenta la superficie en: **sandía** (+920 ha), **tomate** (+160 ha), **pepino** (+119 ha), **melón** (70 ha) y **berenjena** (59 ha).

Disminuye en: **pimiento** (-129 ha), **judía verde** (-520 ha), **calabacín** (-110 ha), **brócoli** (-561 ha) y **lechuga** (-1.277 ha) sufriendo este cultivo un descenso importante.



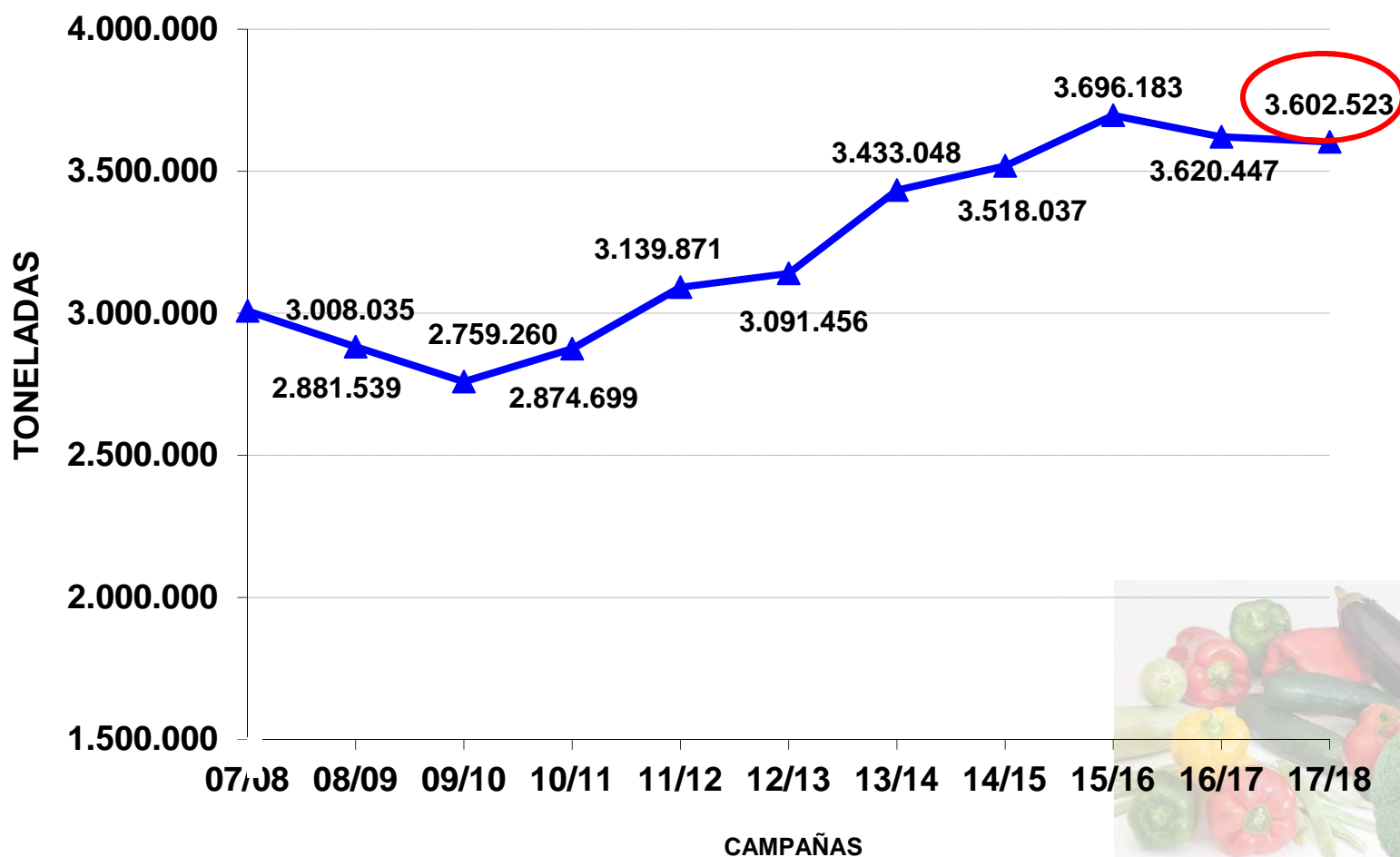
COMPARANDO LAS SUPERFICIES DE CULTIVOS



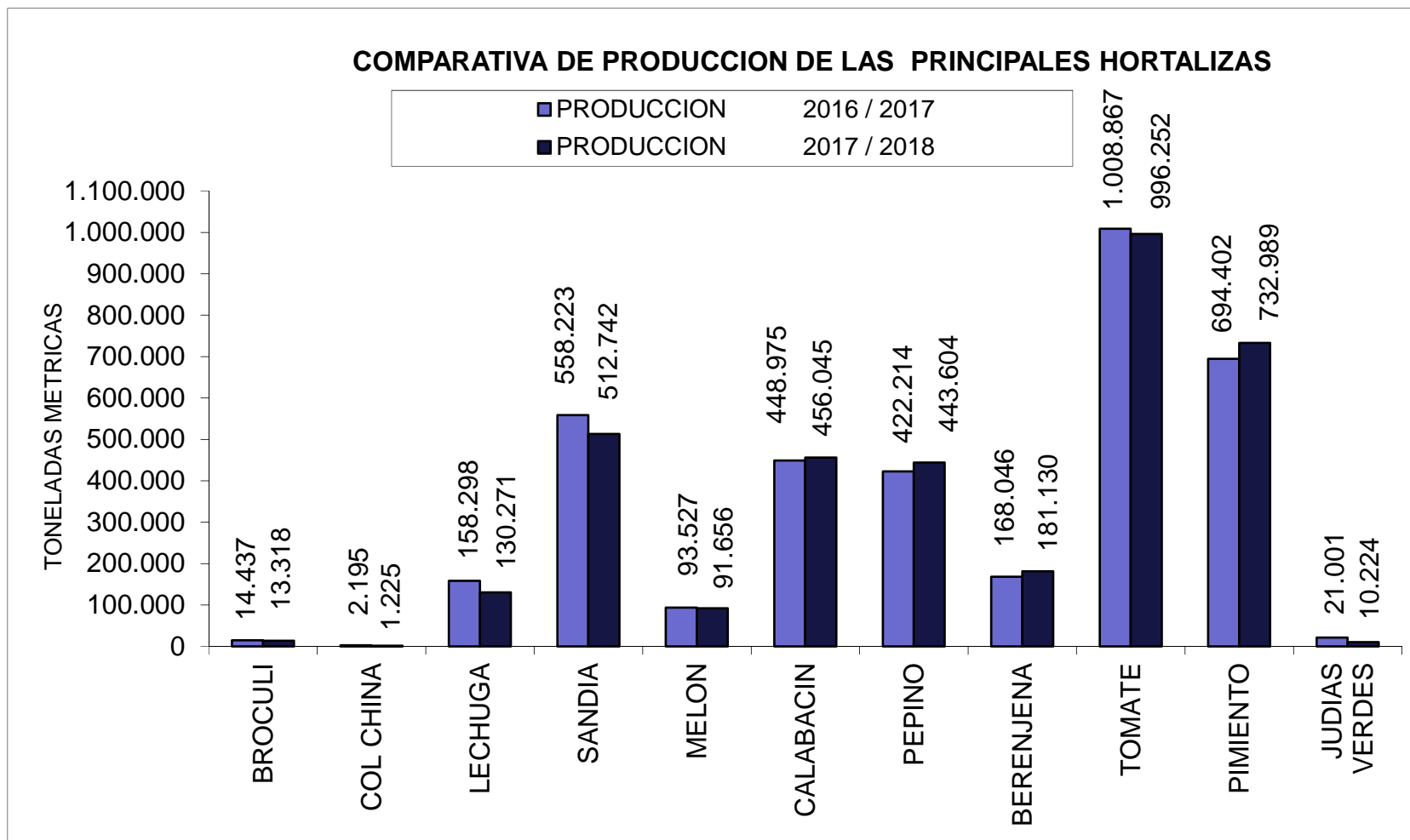
Crece la superficie de **sandía** (+920 ha), **tomate** (+160 ha), **pepino** (+119 ha), **melón** (70 ha) y **berenjena** (59 ha). Baja bastante la de **lechuga** (-18%) **judías verdes** (-50%) y **Col China** (-60%).

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Leve disminución de un -0,5%, debido principalmente a las condiciones climáticas y fenómenos adversos.



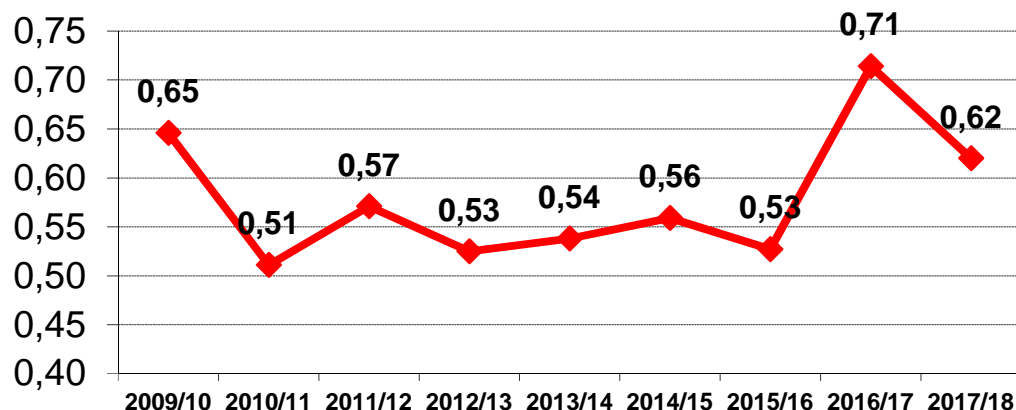
COMPARANDO LA PRODUCCIÓN DE CADA HORTÍCOLA



Crece en **berenjena** (7,7%), **pimiento** (5,5%), **pepino** (5%), y **calabacín** (1,5%); ligeros descensos en **tomate** (-1,2%), y **melón** (-2%); descensos en **brocoli** (-7,7%), **sandía** (-8,1%), **lechuga** (-17,7%), y **judías verdes** (-51%).

TOMATE: baja el precio pero se mantiene en la media.

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



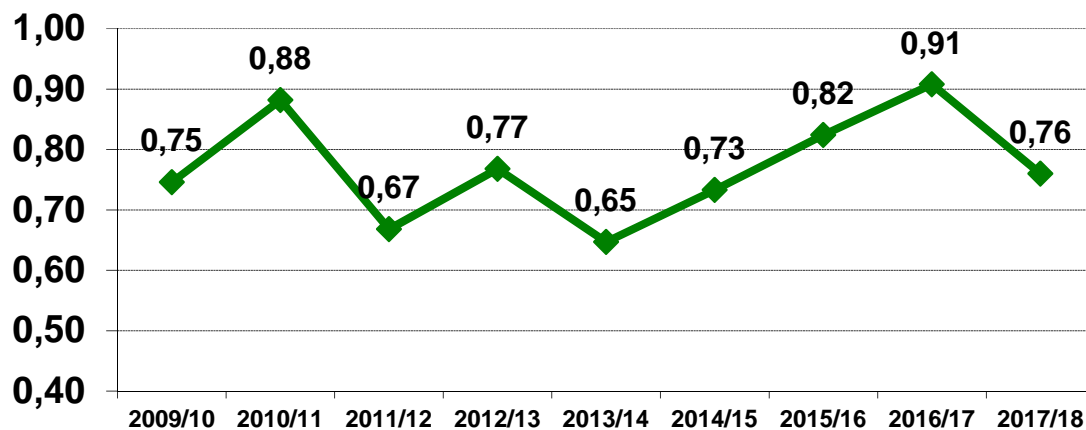
Producción: 996.252 t (-1,25%)

Valor al agricultor: 618 M€ (-14,2%)

Respecto a la pasada campaña **el precio medio al agricultor ha descendido** un -14,2%. Sin embargo comparando con la media de las 3 últimas campañas el precio medio al agricultor de este producto **se sitúa en la media** (-0,08%).

PIMIENTO: aumenta la producción y baja su precio

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



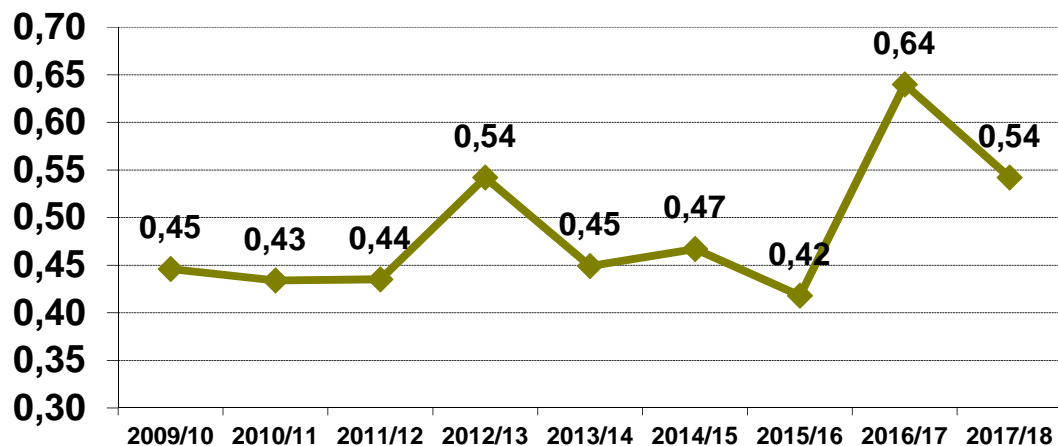
Producción: 732.989 t (+5,5%)

Valor al agricultor: 557 M€ (-11,6%)

Este cultivo ha sido el que **mayor caída de precio ha sufrido** pasando de 0,91 a 0,76 €/Kg. El precio medio al agricultor ha bajado un -11,6% en esta campaña. Sin embargo, si lo comparamos con la media de las 3 últimas campañas **ha sufrido una leve bajada de solo el -1,8%.**

PEPINO: sube la producción y el precio supera la media

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



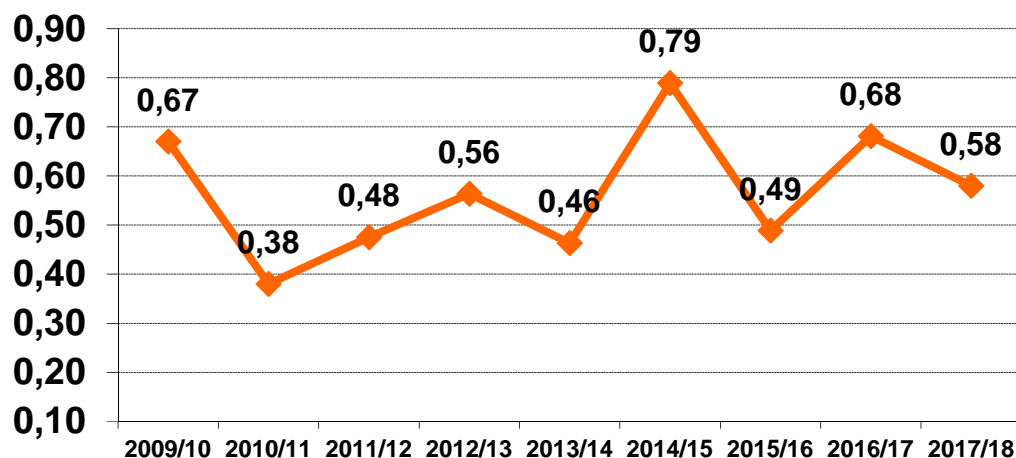
Producción: 443.604 t (+5%)

Valor al agricultor: 240 M€ (-11%)

El precio medio al agricultor ha bajado un -11,1%, sin embargo comparando con las 3 últimas campañas se sitúa un +10,3% por encima de la misma. La producción también supera la media en un +3,4%.

CALABACÍN: sube producción y baja precios

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



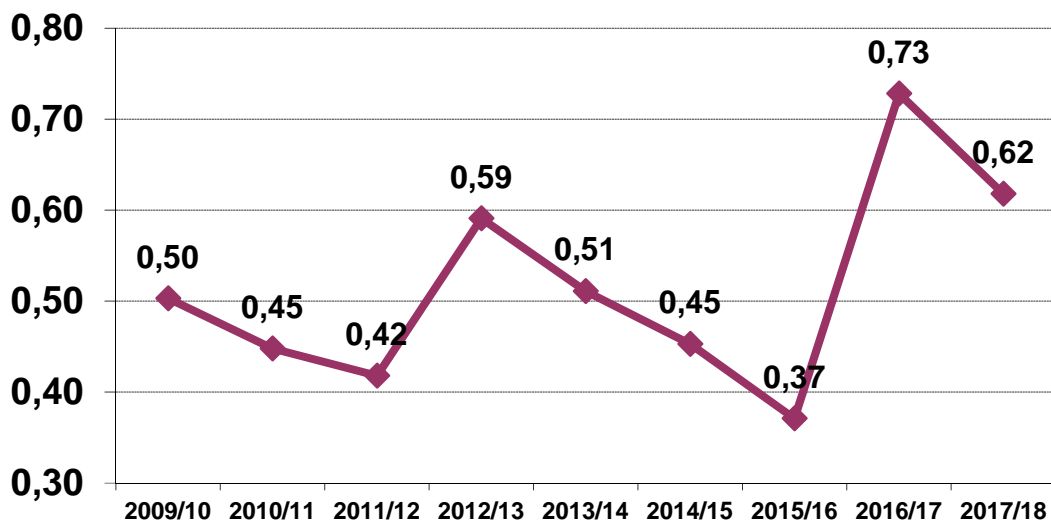
Producción: 456.045 t (+1,5%)

Valor al agricultor: 264 M€ (-13,5%)

La producción de calabacín ha aumentado un +1,5% y respecto a la media de las 3 últimas campañas un +5,2%. Sin embargo, en esta campaña el precio medio al agricultor ha bajado un -13,5% y respecto a la media de las últimas campañas ha sido de un -6,3% menos.

BERENJENA: 2º mejor cotización media de la serie histórica

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)

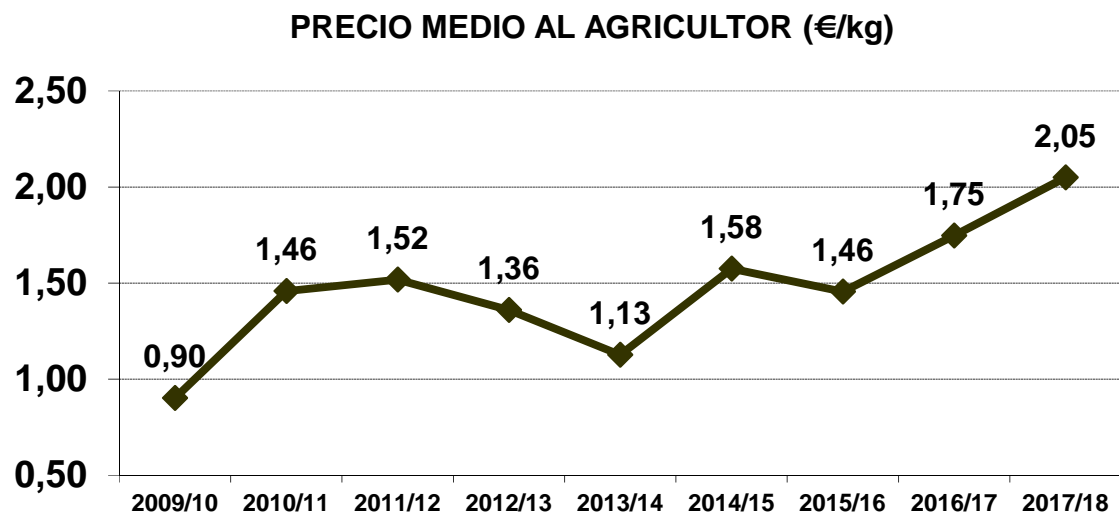


Producción: 181.130 t (7,8%)

Valor al agricultor: 111 M€ (-8,5%)

El precio de la berenjena ha obtenido **el segundo mejor valor de la serie histórica**, de manera que a pesar de la bajada respecto a la campaña anterior, se sitúa un +21,5% por encima de la media de las tres últimas.

JUDÍA VERDE: baja la producción y aumenta cotización



Producción: 10.224 t (-51%)

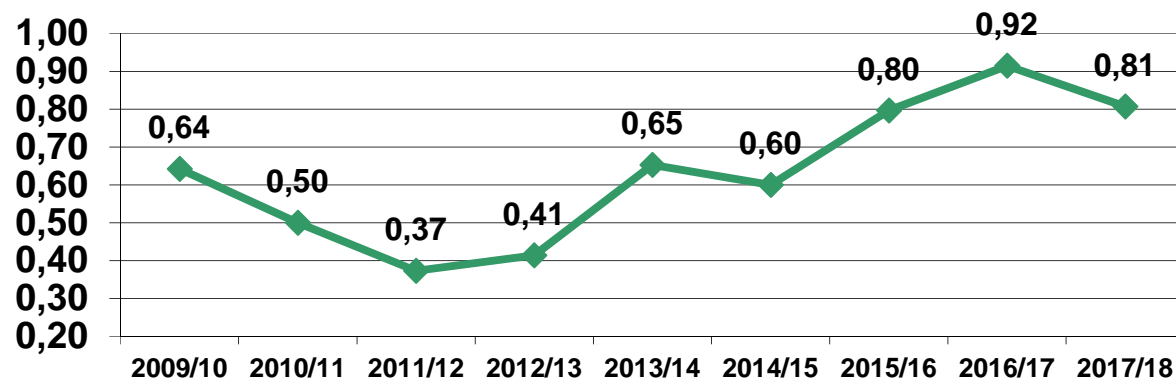
Valor al agricultor: 20,9 M€ (-42,8%)

Es el producto que **mejor precio medio ha alcanzado respecto a la campaña anterior (+17,3%)**.

El precio medio al agricultor **ha bajado un -42,8%**. Si lo comparamos respecto de la media de las 3 últimas campañas el descenso **supera el 50%**. La bajada de producción se debe al descenso de superficie.

LECHUGA: 2º mejor cotización media de la serie histórica

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



Producción: 130.271 t (-17,7%)

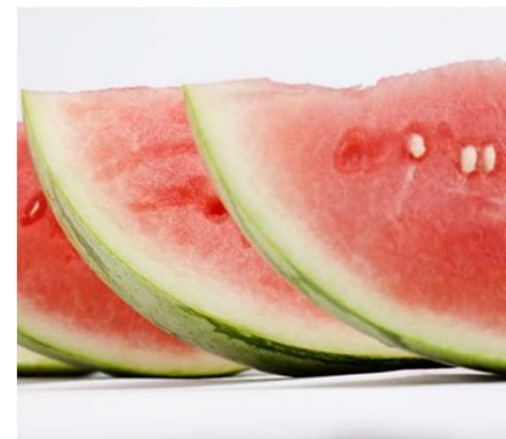
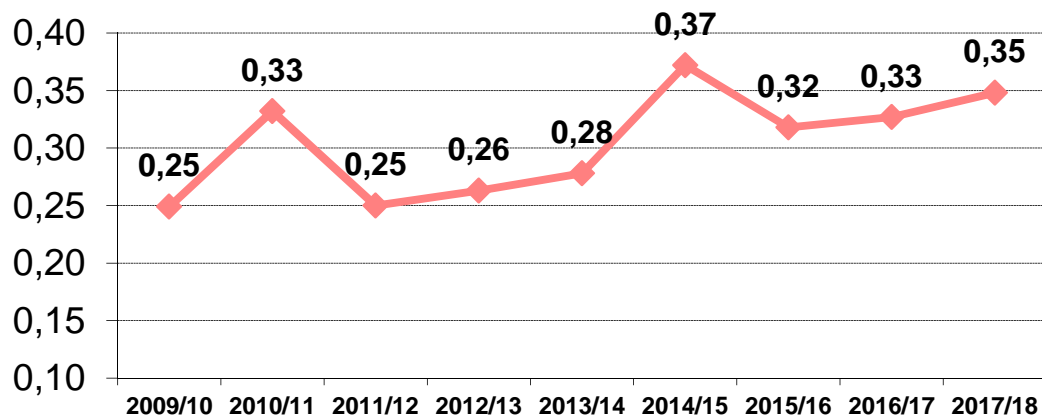
Valor al agricultor: 105 M€ (-27,4%)

El precio medio al agricultor de este producto ha bajado un -27,4%. Si lo comparamos con la media de las tres últimas campañas de este producto ha sido del -13,9%. La disminución de la producción está muy relacionada al importante descenso de superficie (-18%).



SANDÍA: aumento el precio y baja la producción

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



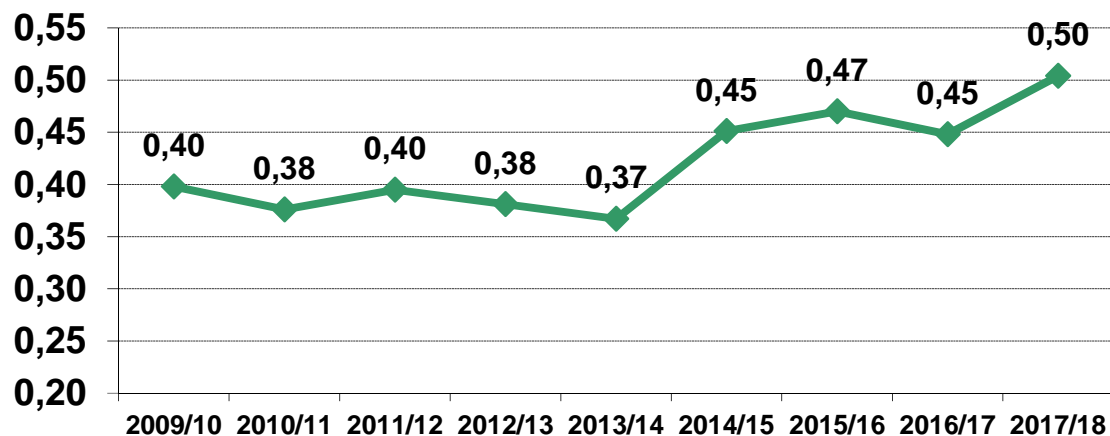
Producción: 512.742 t (-8,1%)

Valor al agricultor: 178 M€ (-2,3%)

Esta campaña ha alcanzado una cotización media de un +6,3% más que la pasada, aunque no ha sido su máximo histórico, se sitúa en un +2,6% por encima de la media de las 3 últimas campañas. Sin embargo, el **valor de la producción de sandía ha bajado un -2,3%**. Si lo comparamos con la media de las tres últimas campañas de este producto ha sido **del -2,2%**. La disminución de la producción está relacionada al descenso de superficie (-10,2%).

MELÓN: alcanza la cotización más alta de la serie

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



Producción: 91.656 t (-2%)

Valor al agricultor: 46 M€ (+10%)

El melón ha sido **el segundo cultivo con mayor incremento de cotización (+12,3%)**, alcanzando la cotización más alta de la serie, y situándose un 10,3% por encima de las 3 últimas campañas. Además, ha sido **el producto que mejor precio medio al agricultor ha obtenido con un +10% más que la pasada campaña.**



LAS EXPORTACIONES CRECEN EN VOLUMEN

En los 9 primeros meses de campaña, de septiembre a mayo, Almería ha exportado **2 millones de toneladas de hortalizas y frutas frescas** (melón y sandía), que supone un **+2,3% más** que en el mismo período de la campaña anterior.

El **valor exportado** alcanza los **2.047 M€**, un **-4,5% menos**, según los datos del ICEX (Instituto de Comercio Exterior).

Almería ha aumentado el volumen exportado aunque no ha alcanzado el valor de la campaña anterior.

- **Pepino:** 344 M€ (-15,4%)
- **Berenjena:** 103 M€ (-12,6%)
- **Tomate:** 478 M€ (-11,2%)
- **Calabacín:** 241 M€ (-9,4%)
- **Pimiento:** 618 M€ (-6,5%)



Retos: para seguir liderando los mercados.

Gestión de recursos hídricos: seguir avanzando en la buena gestión para garantizar la seguridad y sostenibilidad de los recursos hídricos.

Impulso a la Agricultura Ecológica y Sostenible: seguir siendo líderes a través de una apuesta decidida del sector y un mayor esfuerzo en Innovación, Calidad y Promoción.

Equilibrio en la Cadena Agroalimentaria: a través del impulso de nuevos instrumentos normativos a nivel europeo como la Directiva de prácticas comerciales desleales, o como en Andalucía con la Ley de Agricultura y Ganadería.

Gestión de Residuos: un mayor esfuerzo conjunto para la mejora de la gestión de los restos plásticos y vegetales, en un modelo de economía circular e impulsando la bioeconomía.

Infraestructuras: no dejaremos de reivindicar el corredor del mediterráneo, etc.

OPFH: con la nueva reforma de la PAC apoyamos la continuidad del apoyo a los programas operativos de las OPFH.

Conclusiones:

- En general, los resultados de esta campaña han sido aceptables teniendo en cuenta la excepcionalidad de la anterior.
- La campaña está en sintonía con los buenos resultados de la última década, afianzando el liderazgo de Almería en producción, comercialización y exportación.
- El sector hortofrutícola almeriense continúa demostrando así su fortaleza en una campaña que ha sido muy competitiva.
- Un sector que seguimos construyendo entre todos, gracias al esfuerzo que día a día hacen productores, empresarios y trabajadores.
- Debemos aunar esfuerzos a través de una interlocución permanente con el sector.