

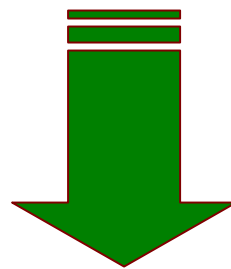


AVANCE
CAMPAÑA HORTÍCOLA
DE ALMERÍA
2015/2016

Sep 2015 – Jun 2016

GRANDES CIFRAS:

Valor pagado al agricultor: **2.000 M€** (- 2%)

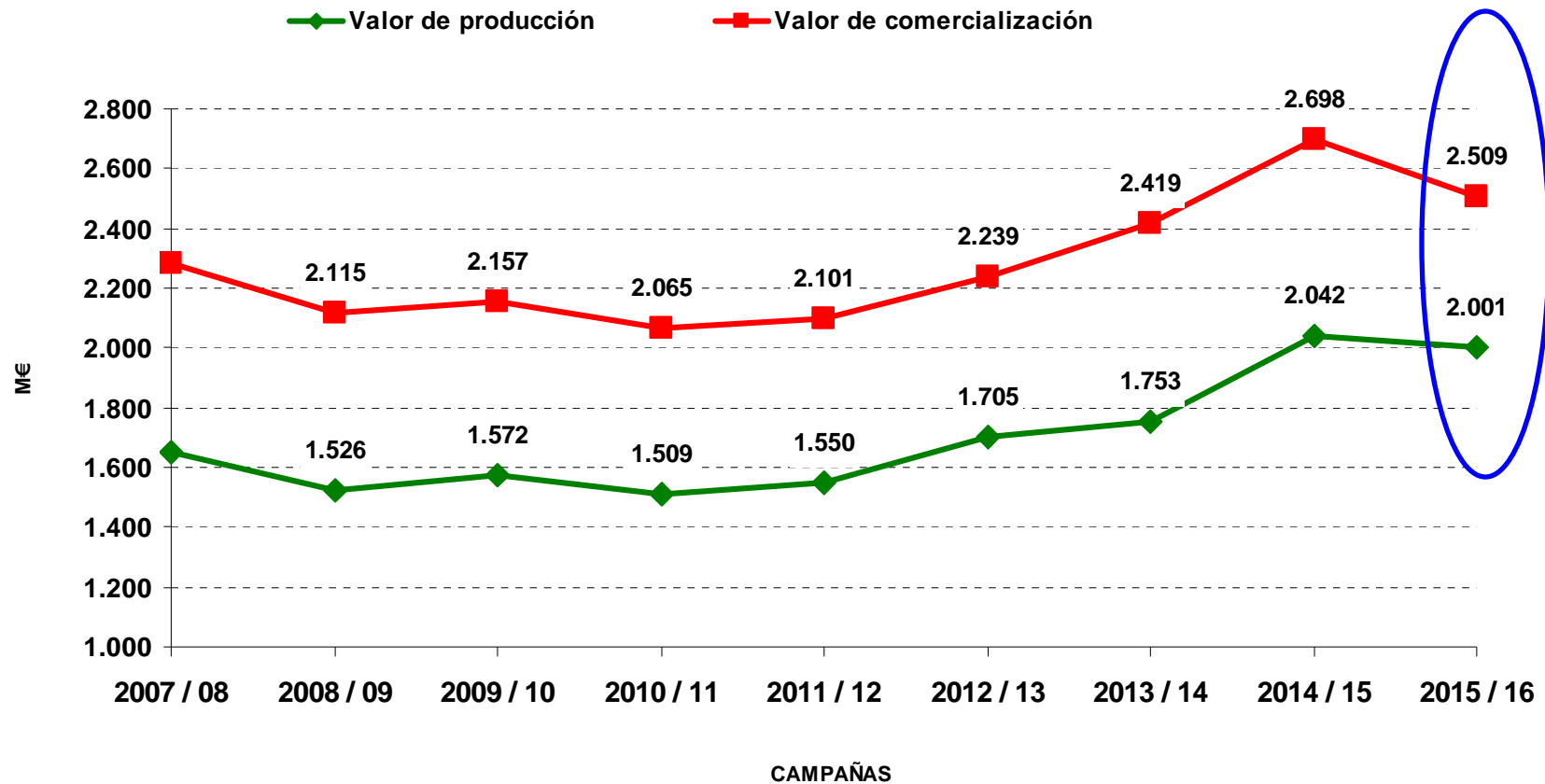


Valor comercialización: **2.500 M€** (- 7 %)

Una bajada en la facturación total del sector

Una campaña negativa

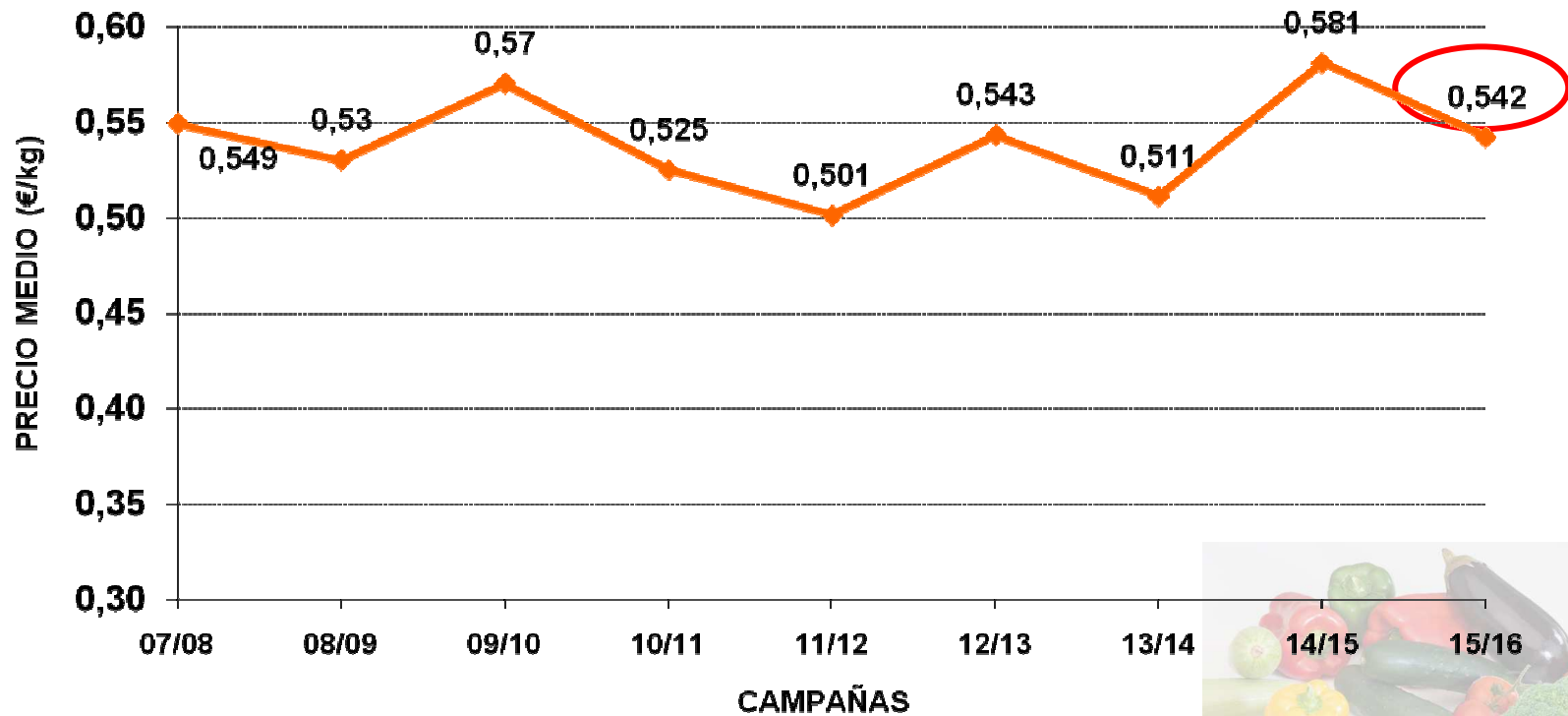
VALOR DECRECIENTE



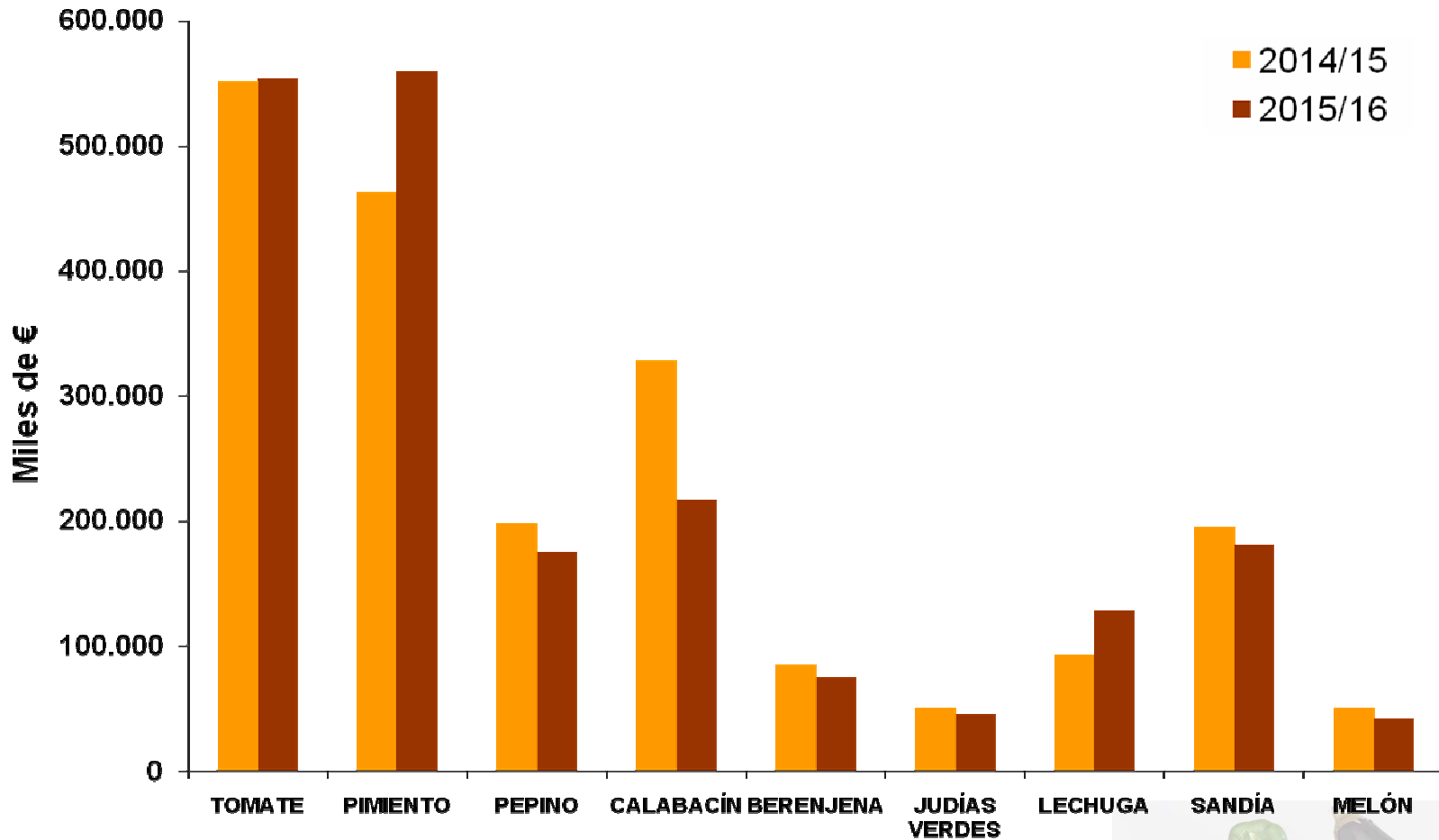
La facturación total del sector **baja respecto a la campaña anterior**, pero se sitúa **por encima de otras anteriores a 2014/15 y de la media de las 3 últimas campañas**

PRECIOS MEDIOS DE LA PRODUCCIÓN

El precio medio desciende 4 céntimos hasta 0,54 €/kg.
Se iguala al promedio de las 3 últimas campañas.



VALOR DE LA PRODUCCION A LOS PRODUCTORES



Descensos del valor de la producción en **calabacín** (-34%), **pepino** (-12%), **berenjena** (-11%), **judía verde** (-11%). Incrementos significativos en **pimiento** (+21%) y **lechuga** (+38%).
Tomate mantiene su valor.

SUPERFICIE: Se incrementa

PRODUCCIÓN: Mayores rendimientos

Superficie total de cultivo de hortalizas: 57.564 ha (+1%)

- 45.325 ha de cultivo bajo invernadero

- 12.239 ha al aire libre

Superficie de invernadero: **30.166 ha**

En el 50% de la superficie del invernadero se hace **doble cultivo**.

Producción: crece en + 175.317 t alcanzando

3.693.355 toneladas

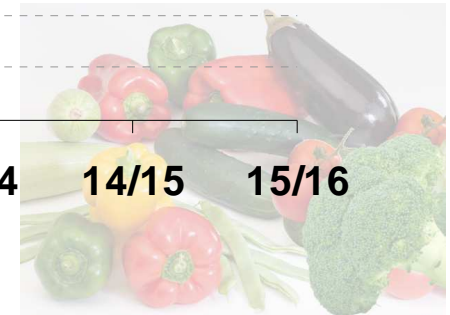
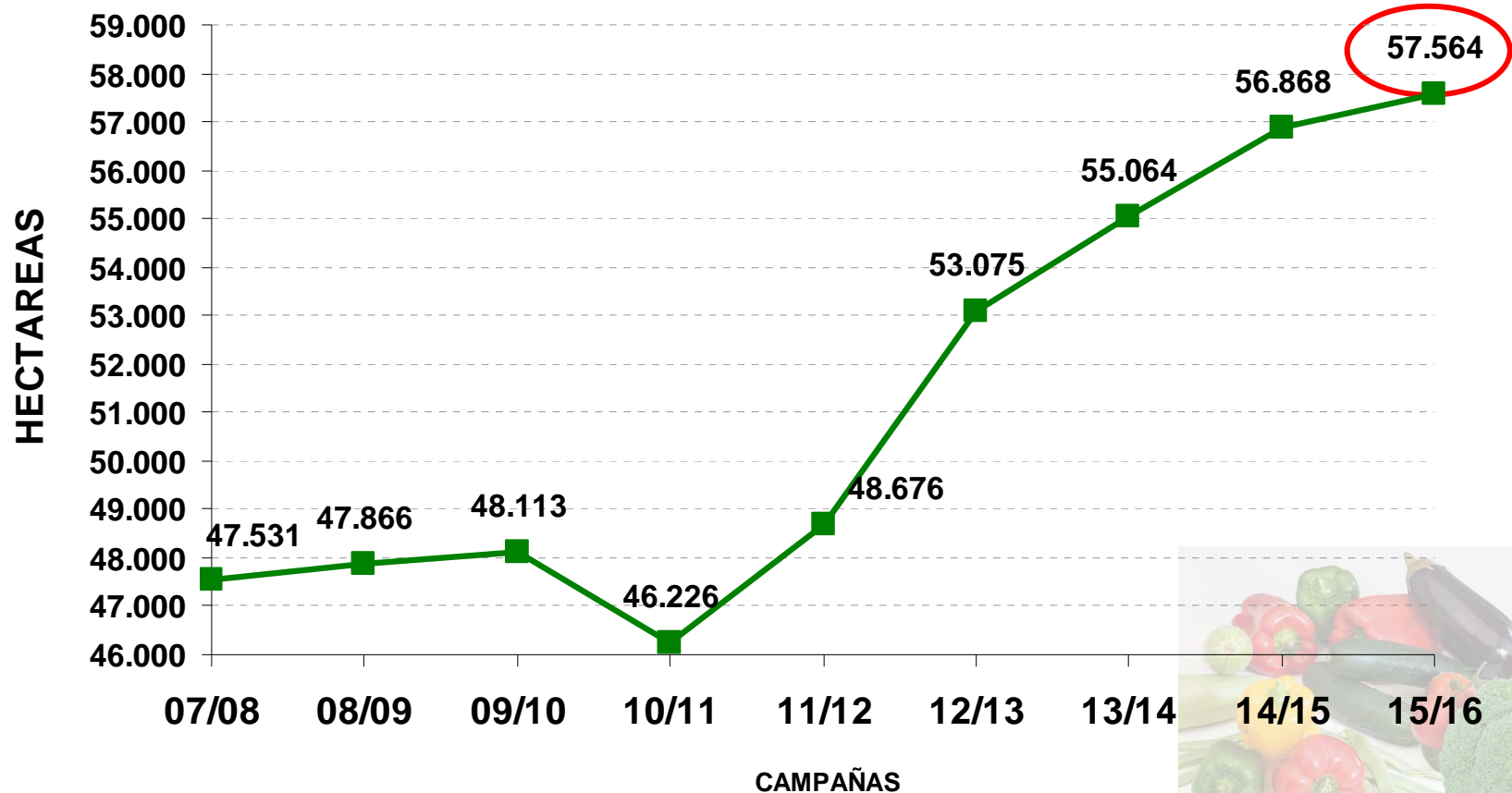
+5% mayor que el año anterior



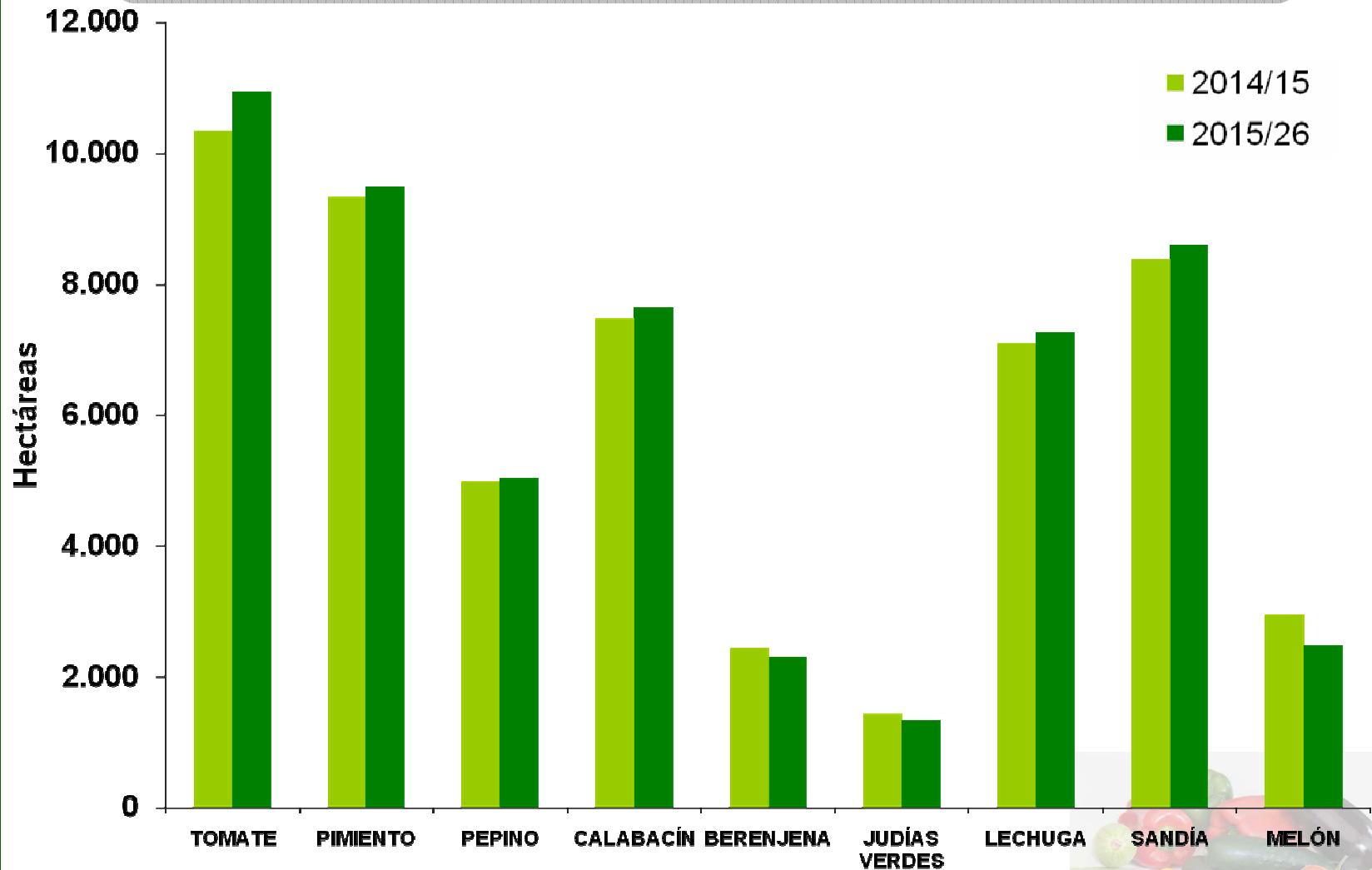
EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE DE CULTIVO

Sube: 696 hectáreas

debido al **aumento de superficie** en: tomate (+595 ha), sandía (+212 ha), lechuga (+159 ha), pimiento (+165 ha), calabacín (+153 ha). **Disminuye en:** melón (-479 ha), berenjena (-147 ha) y judía verde (-99 ha)



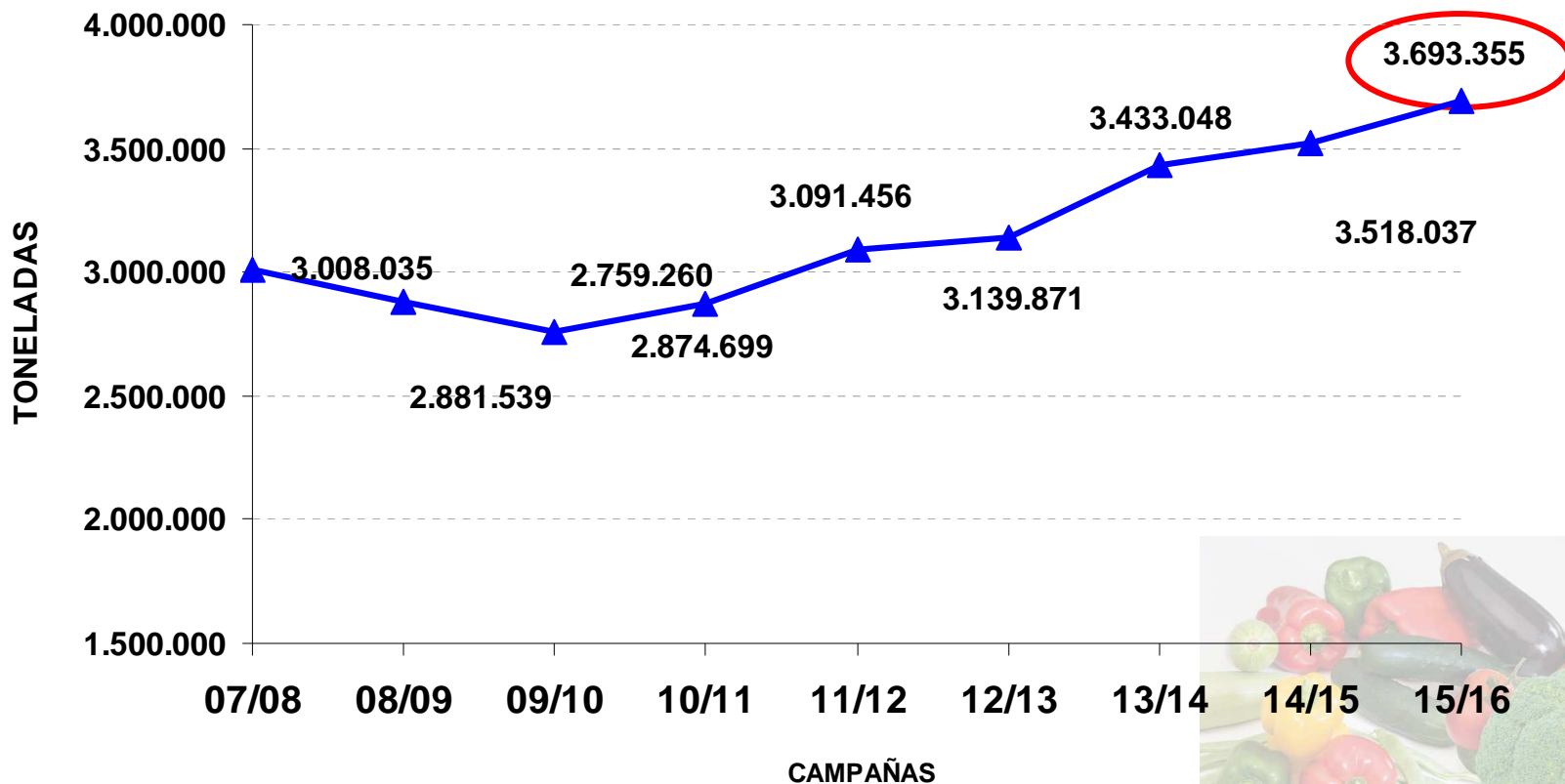
COMPARANDO LAS SUPERFICIES DE CULTIVOS



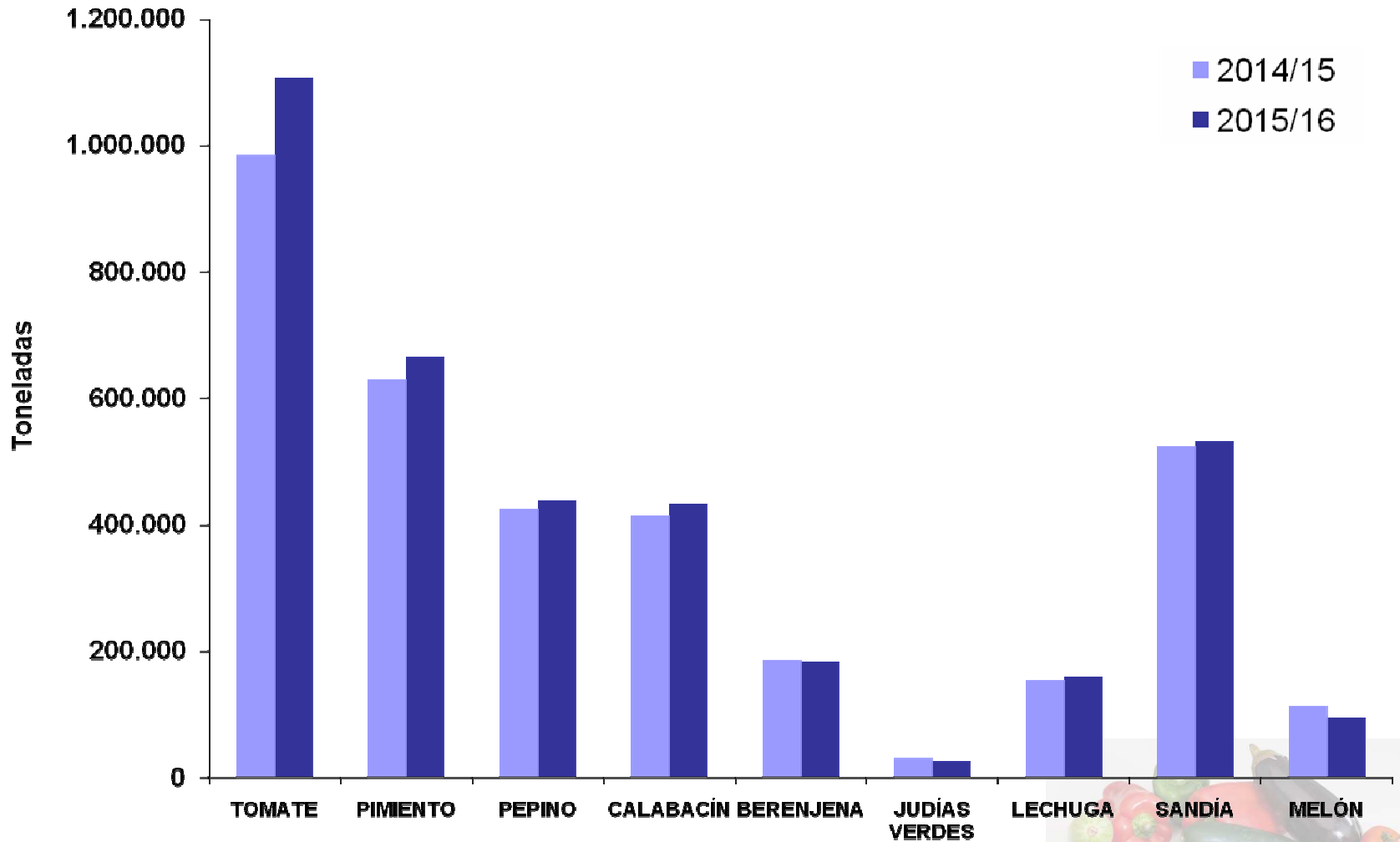
Crece sobre todo la superficie de **tomate** (+6%) y **sandía** (+3%). Baja bastante la superficie de **melón** (-16%).

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

La producción **aumenta un 5%**. El aumento de superficie y los mayores rendimientos compensan la disminución de facturación.



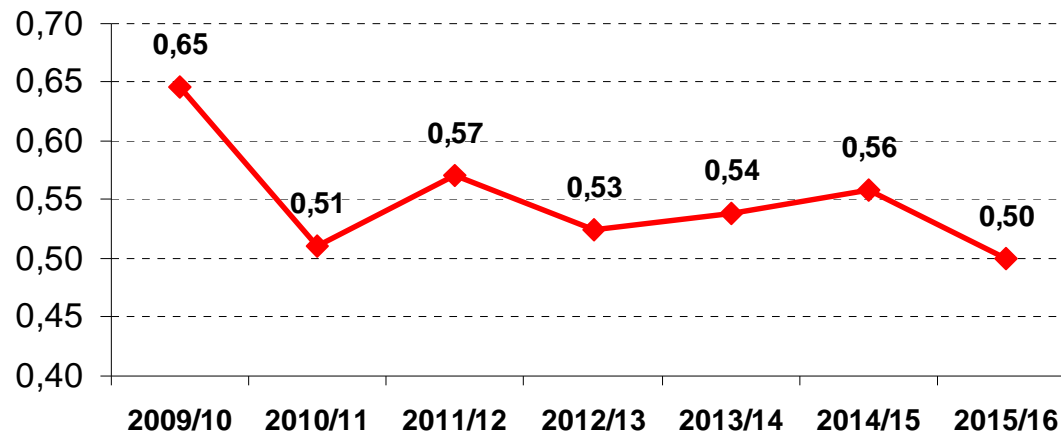
COMPARANDO LA PRODUCCIÓN DE CADA HORTÍCOLA



El mayor crecimiento de producción se detecta en **tomate (+12%)**.
Descienden **judía verde (-19%)**, **melón (-16%)** y **berenjena (-2%)**.

TOMATE: incremento en producción

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



Producción: 1.107.707 t (+12,5%)

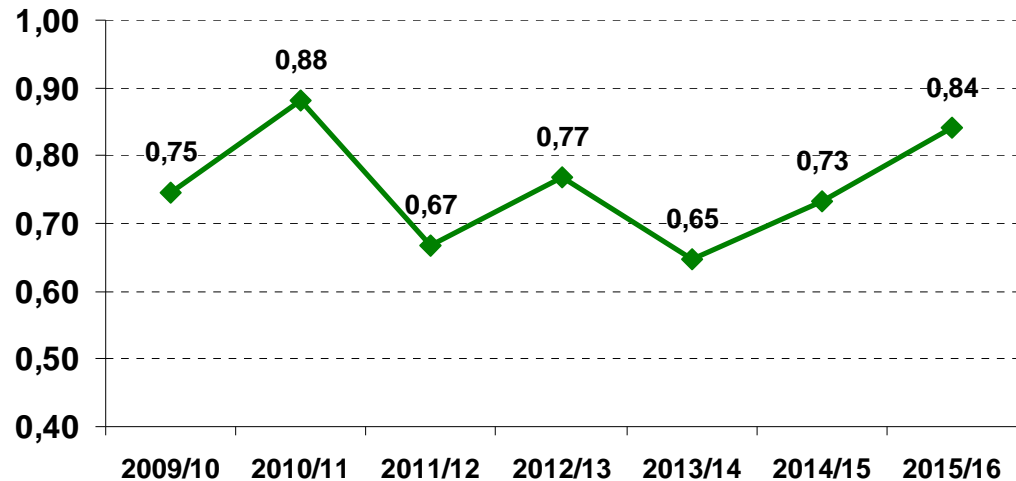
Valor al agricultor: 554 M€ (+0,6%)

El incremento de superficie y rendimientos compensa la pérdida de cotización pero no genera mayor valor. El precio medio más bajo de las últimas campañas.



PIMIENTO: más producción y mayor valor

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



Producción: 665.922 t (+5,6%)

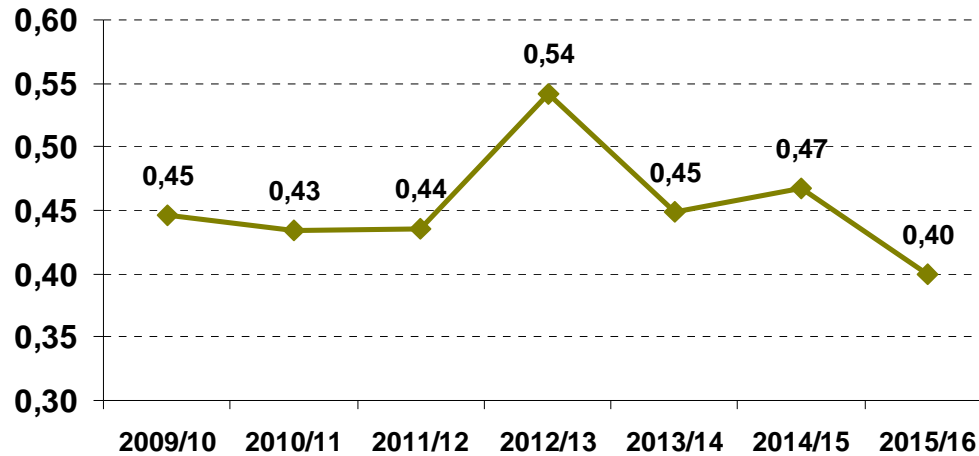
Valor al agricultor: 559 M€ (+20,9%)

El pimiento ha tenido un buen comportamiento en los mercados con una demanda sostenida toda la campaña.



PEPINO: producción estable y un mal precio

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



Producción: 438.870 t (+3,0%)

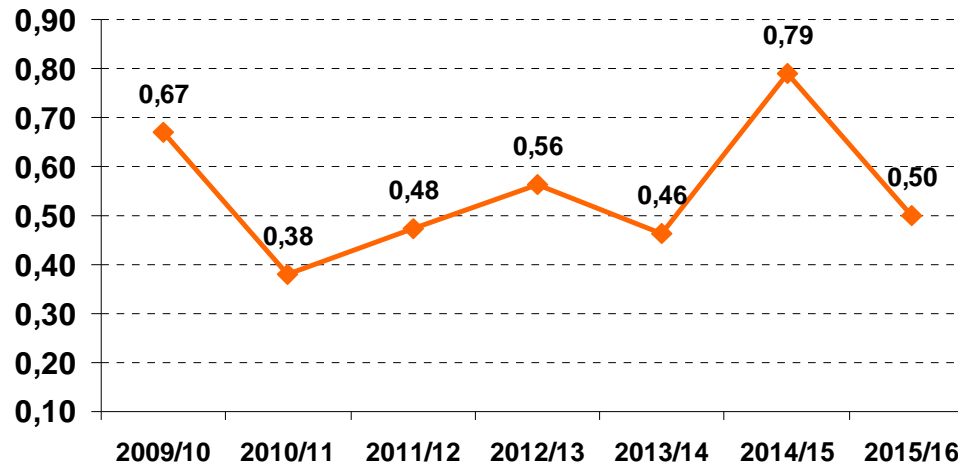
Valor al agricultor: 176 M€ (-11,8%)

Desde el principio, el pepino no ha dado muestra de recuperación en los mercados. El precio medio más bajo de las últimas campañas.



CALABACÍN: aumento en la producción

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



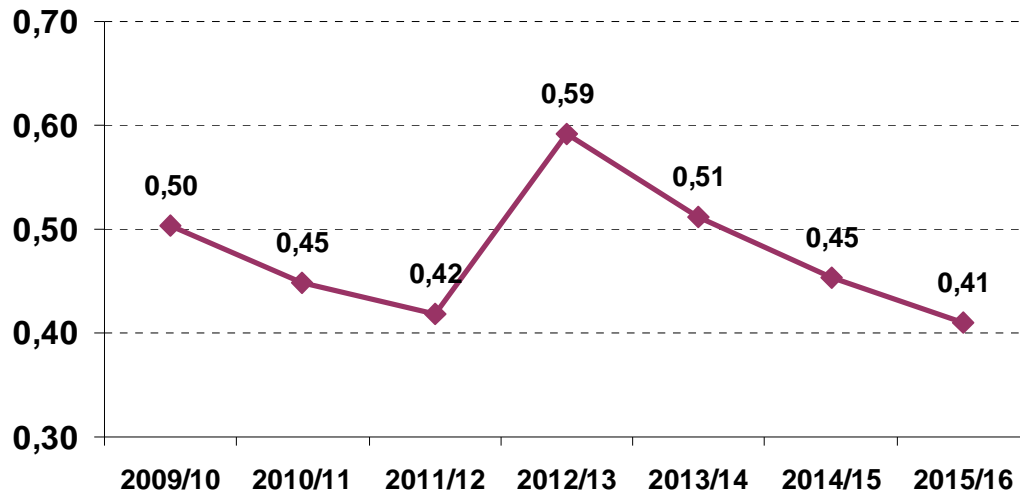
Producción: 434.195 t (+4,3%)

Valor al agricultor: 217 M€ (-33,9%)

Mayor producción y menor cotización con respecto a los precios excepcionales de la campaña anterior. Los rendimientos han aumentado debido a la menor incidencia del virus *nueva delhi*.

BERENJENA: desciende en producción y valor

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



Producción: 184.161 t (-2,2%)

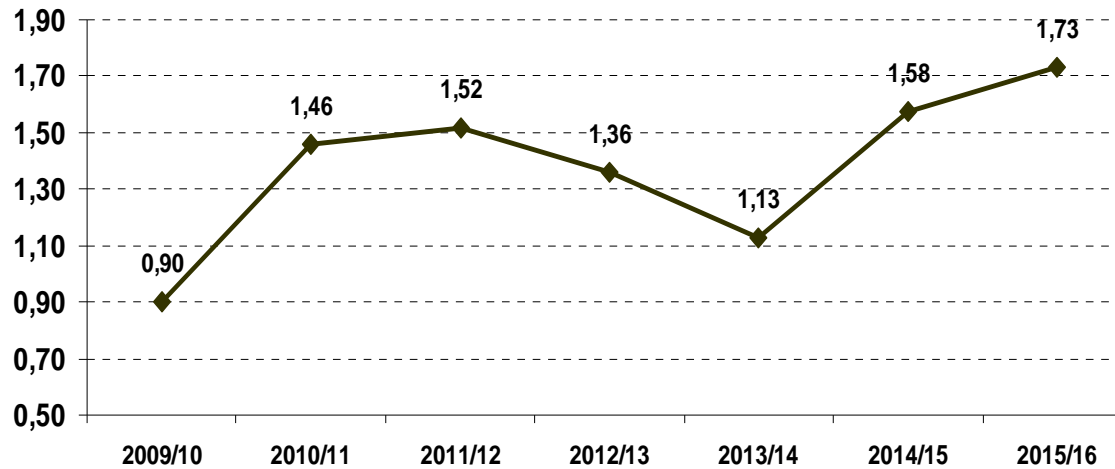
Valor al agricultor: 75 M€ (-11,4%)

Exceso de oferta en los mercados y mayores rendimientos han provocado la pérdida de valor.



JUDÍA VERDE: disminuye en producción y valor

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



Producción: 26.453 t (-18,8%)

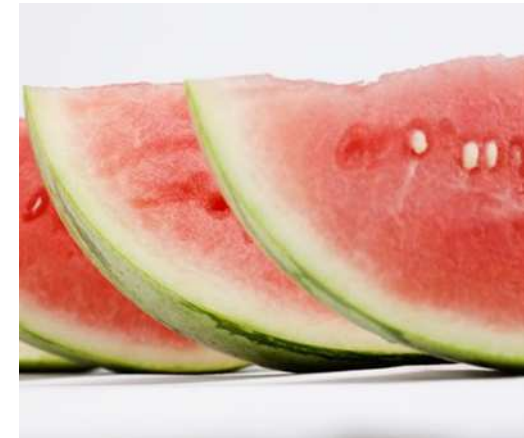
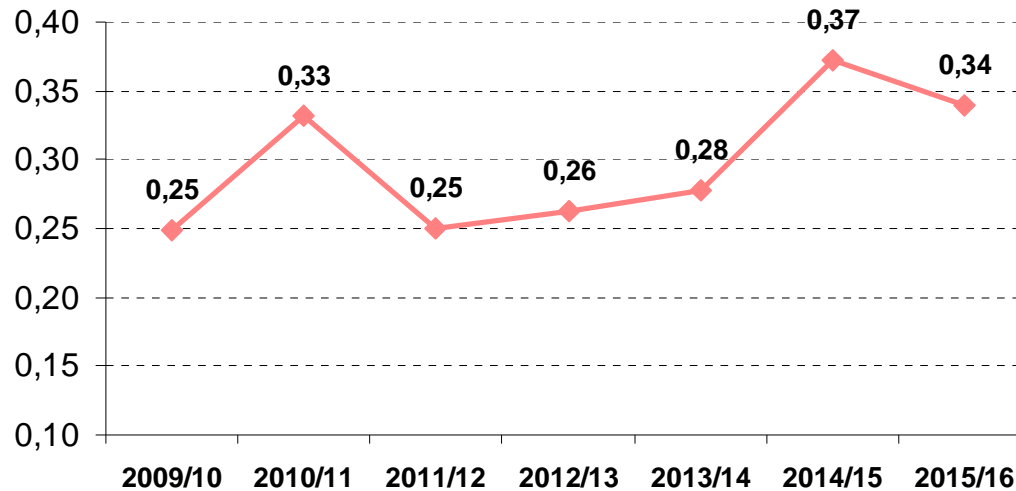
Valor al agricultor: 46 M€ (-10,8%)

El incremento del precio medio no compensa la pérdida en superficie y producción, disminuyendo el valor de producción global.



SANDÍA: aumento leve en producción con un precio estable

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



Producción: 532.288 t (+1,3%)

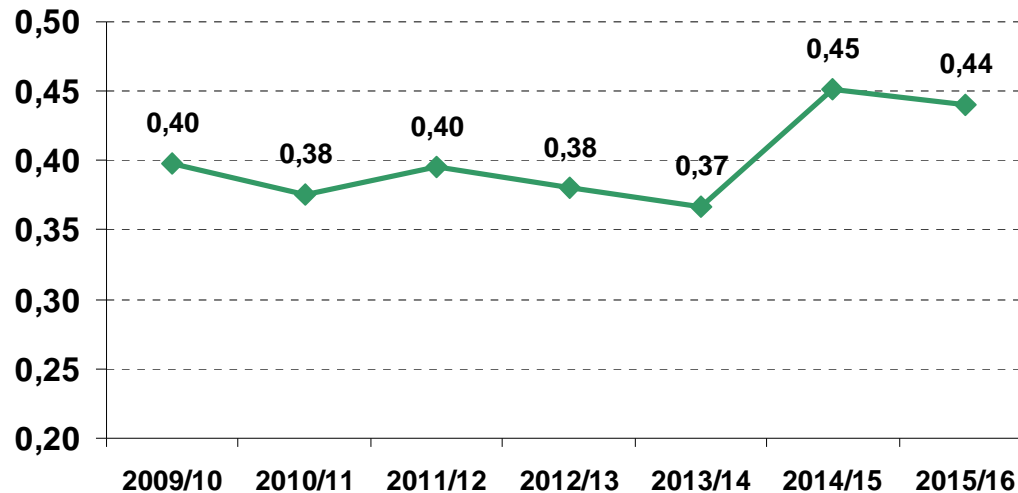
Valor al agricultor: 181 M€ (-7,4%)

La buena estrategia comercial basada en marcas de calidad, reconocidas a nivel nacional e internacional, aumenta la demanda y las buenas temperaturas, incentivan el consumo.



MELÓN: disminuye en producción y valor

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



Producción: 96.418 t (-16,1%)

Valor al agricultor: 42 M€ (-18,2+%)

La superficie evoluciona a la baja y disminuye esta campaña (-16,3%) con respecto a la anterior. El desafío está en conseguir variedades comerciales para Almería.



LAS EXPORTACIONES CRECEN EN VALOR

En los 9 primeros meses de campaña (sep-may) Almería ha exportado **2.188.615 toneladas de hortalizas y frutas frescas** (melón y sandía), que supone un **+10,7% más** que en el mismo período de la campaña anterior

El **valor exportado** asciende a **1.962 M€**, un **+8,3% más**, según los datos del ICEX (Instituto de Comercio Exterior).

El incremento en volumen no se corresponde con un aumento proporcional en valor.





AVANCE
CAMPAÑA HORTÍCOLA
DE ALMERÍA
2015/2016

Sep 2015 – Jun 2016