

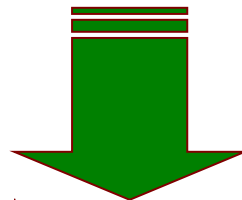
**AVANCE  
CAMPAÑA HORTÍCOLA  
DE ALMERÍA**

**2016/2017**

**Sep 2016 – Jun 2017**

## GRANDES CIFRAS:

Valor pagado al agricultor: **2.400 M€** (+19%)

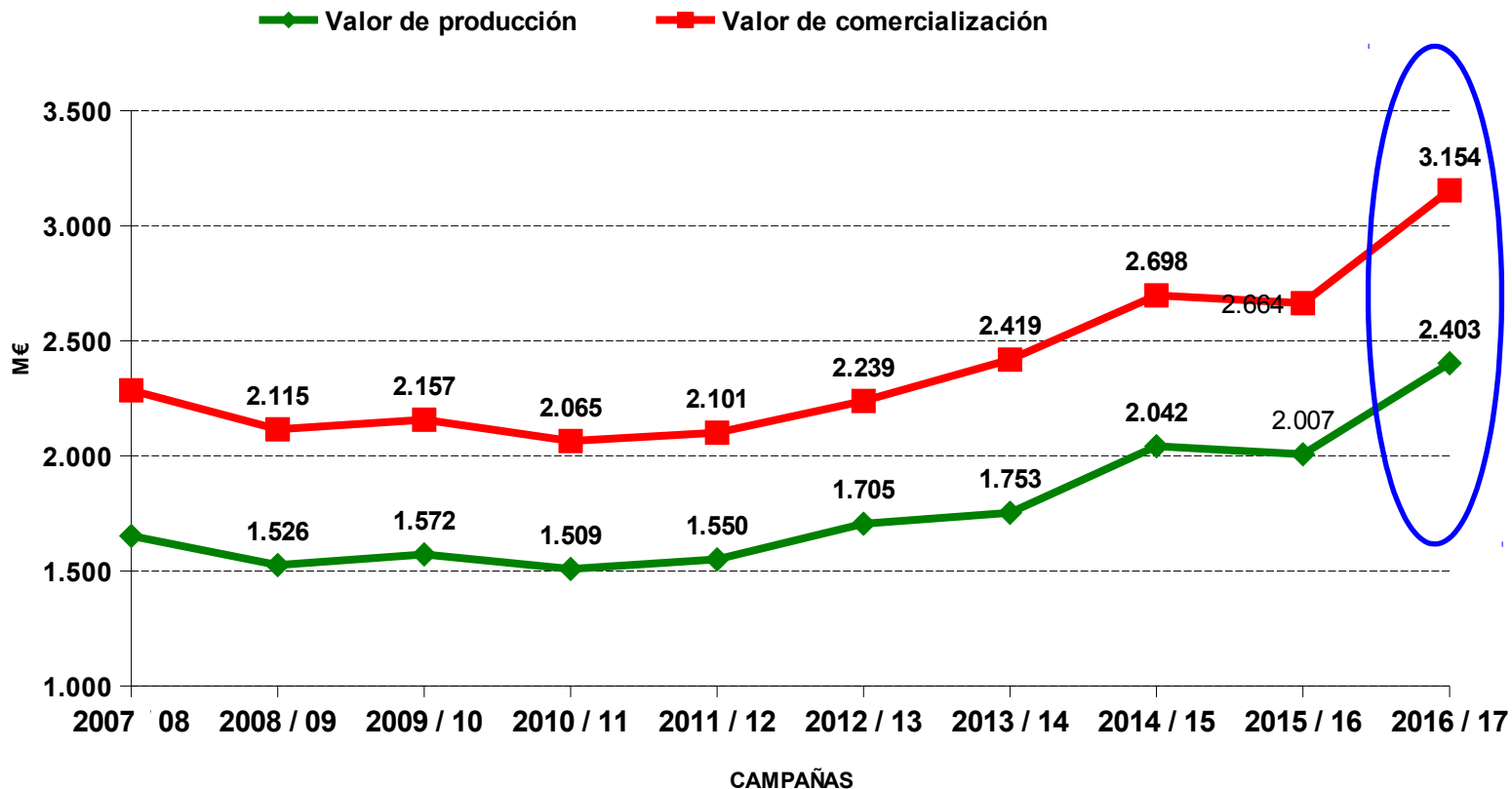


Valor comercialización: **3.150 M€** (+18%)

Una campaña con menos producción en kilos pero mayor valor para el agricultor.



# VALOR CRECIENTE



El valor de la producción se ha visto favorecido por la escasez de producto en ciertos momentos de la campaña (invierno), alcanzando el máximo histórico, con un crecimiento de casi 60% en las 10 últimas campañas.

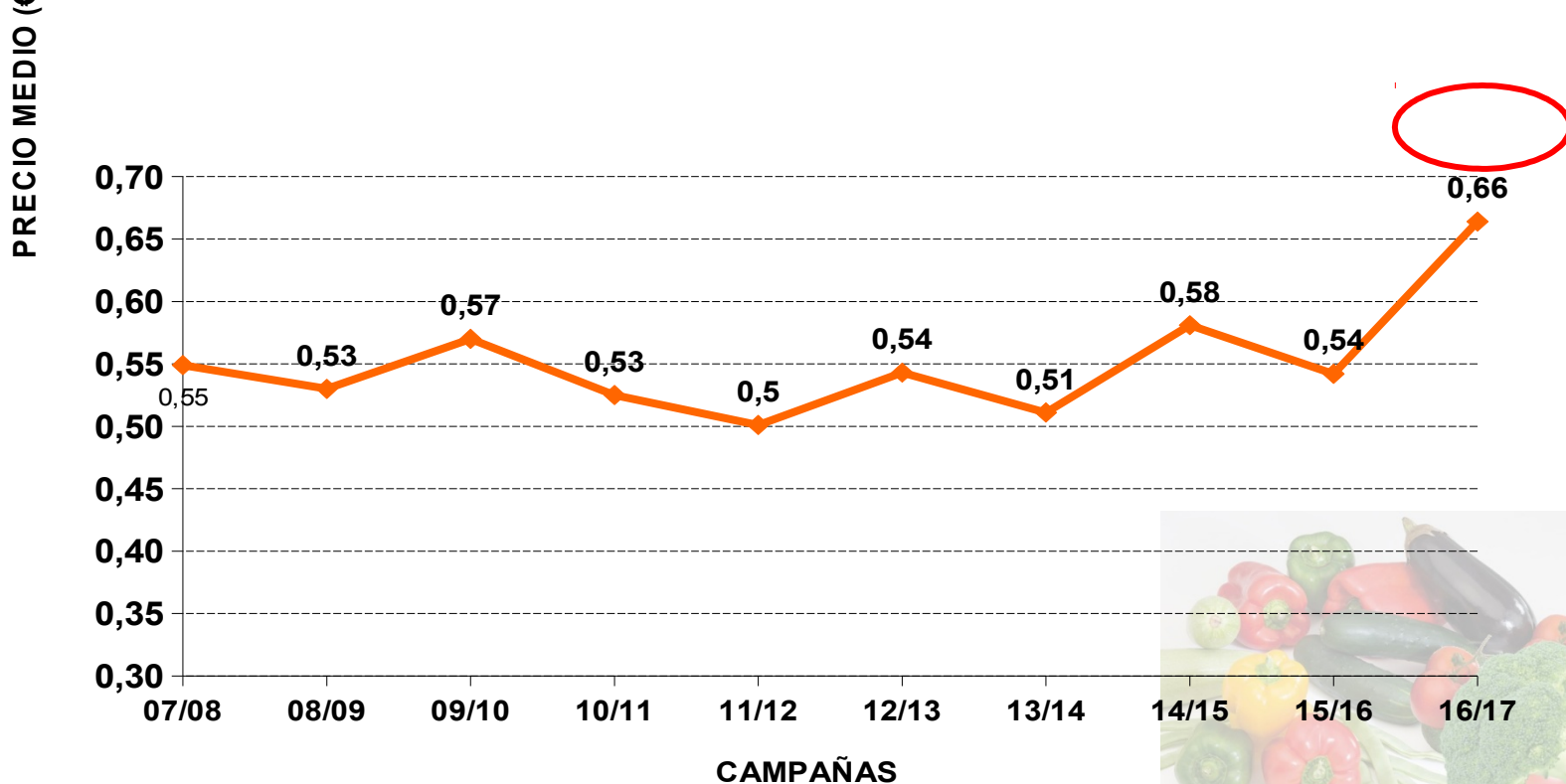


## PRECIOS MEDIOS DE LA PRODUCCIÓN

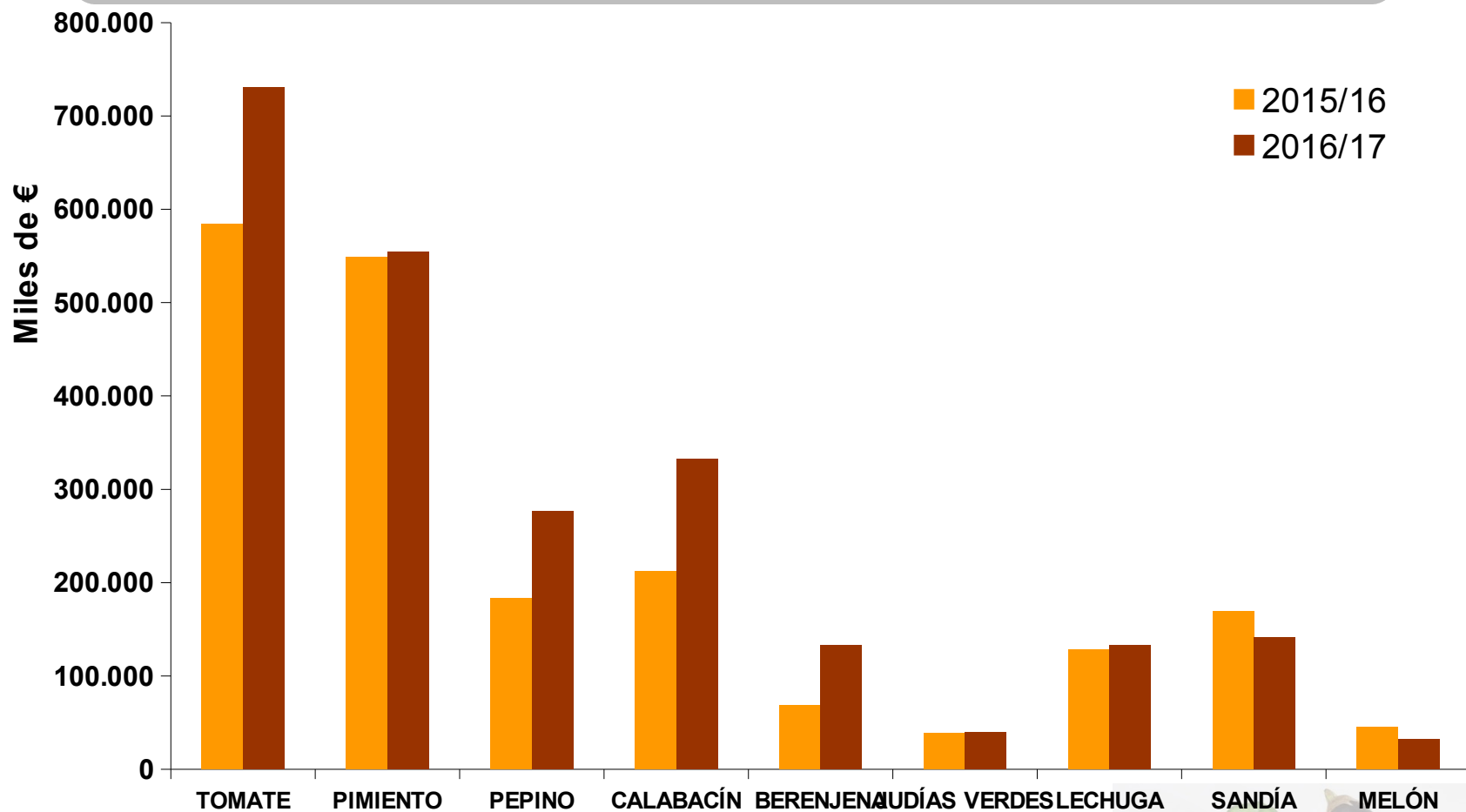
Mayor precio medio pagado a los agricultores.

- Un 22,5% más que en la anterior campaña

**12 céntimos más por kg** que en la campaña anterior hasta 0,664 €/kg. Máximo de la serie histórica.



## VALOR DE LA PRODUCCION POR PRODUCTOS



Crece en **berenjena** (93%), **calabacín** (56%), **pepino** (50%), **tomate** (25%); ligeros aumentos en **judía verde** (3,7%), **lechuga** (3,5%) y **pimiento** (1%); descensos en **sandía** (-16%) y **melón** (-29%).

**SUPERFICIE:** ligero descenso (-128 ha)  
**PRODUCCIÓN:** menor rendimiento, salvo en melón, judía verde y sandía.

**Superficie total** de cultivo de hortalizas: **57.646 ha** (-0,2%)

Superficie de invernadero: **30.654 ha** (+1%).

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

**Producción:** baja en **-75.736 t** alcanzando

**3.620.447 toneladas**

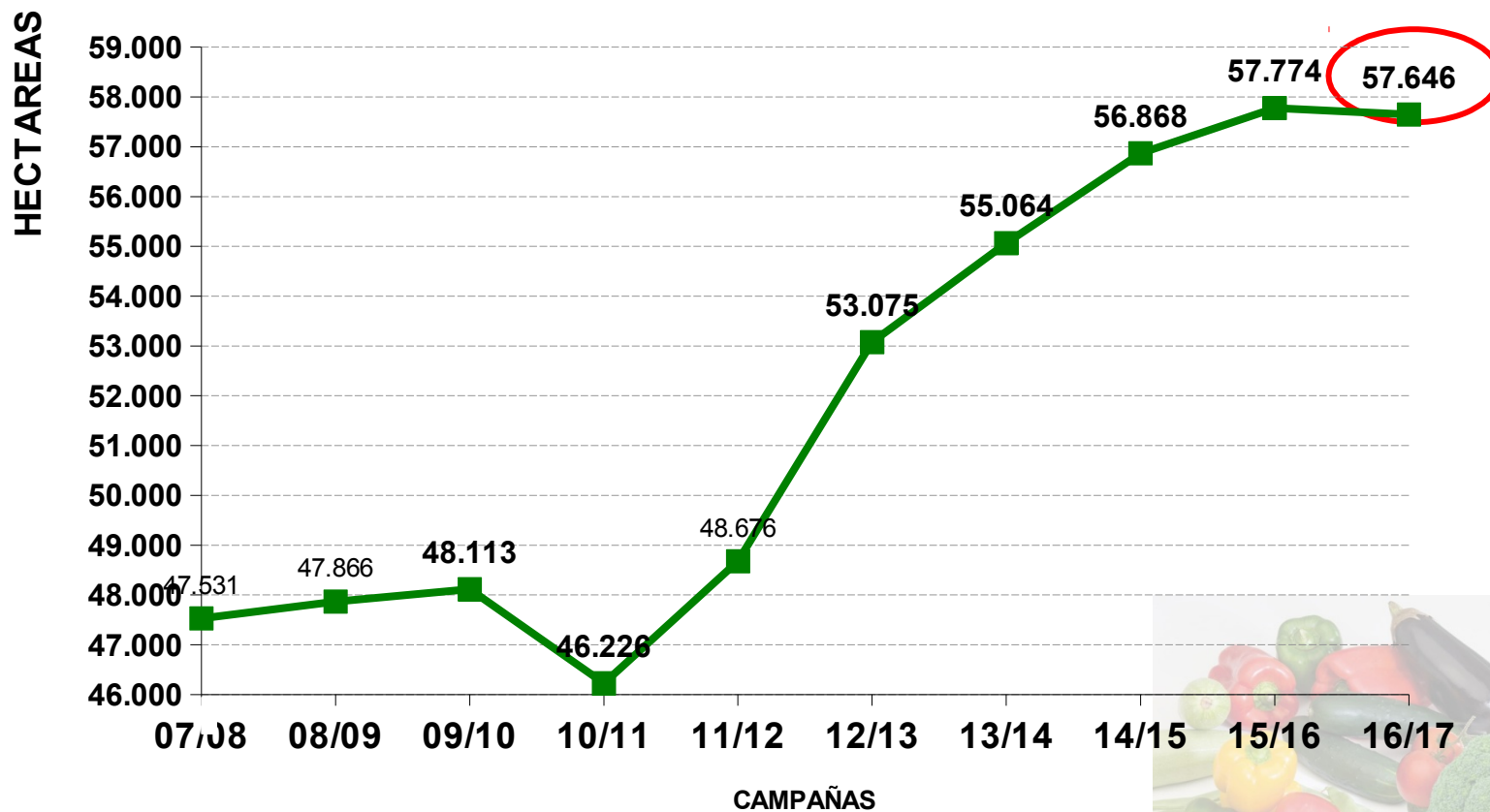
**-2% menos** que el año anterior debido principalmente a las condiciones climáticas (ola de frío)



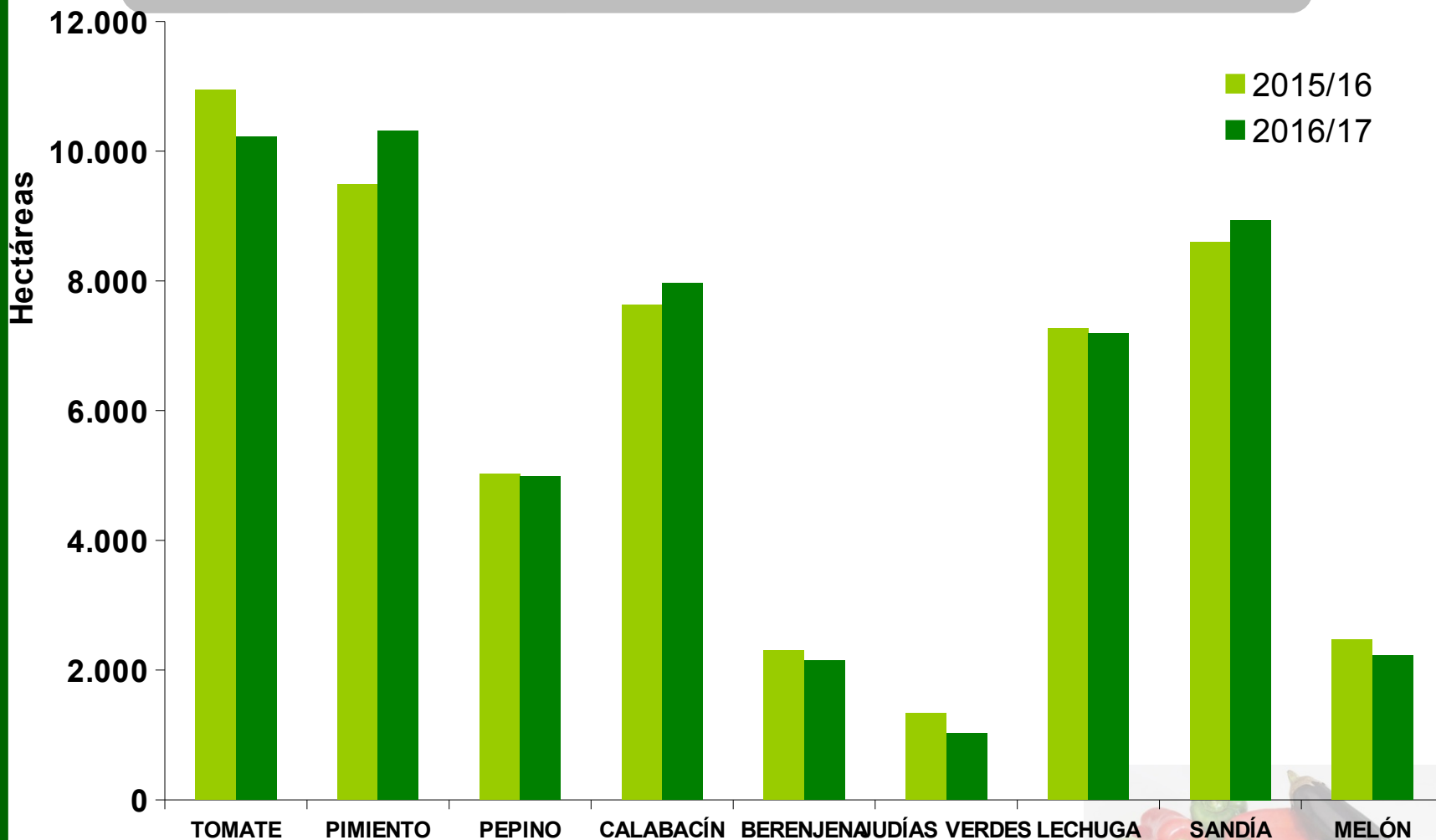
# EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE DE CULTIVO

Leve Bajada: **128 hectáreas (-0,2%)**

**Aumenta la de superficie** en: pimiento (+819 ha), calabacín (+340 ha), y sandía (+350 ha). **Disminuye en:** berenjena (-150 ha), tomate (-720 ha), melón (-247 ha) y judía verde (-310 ha)



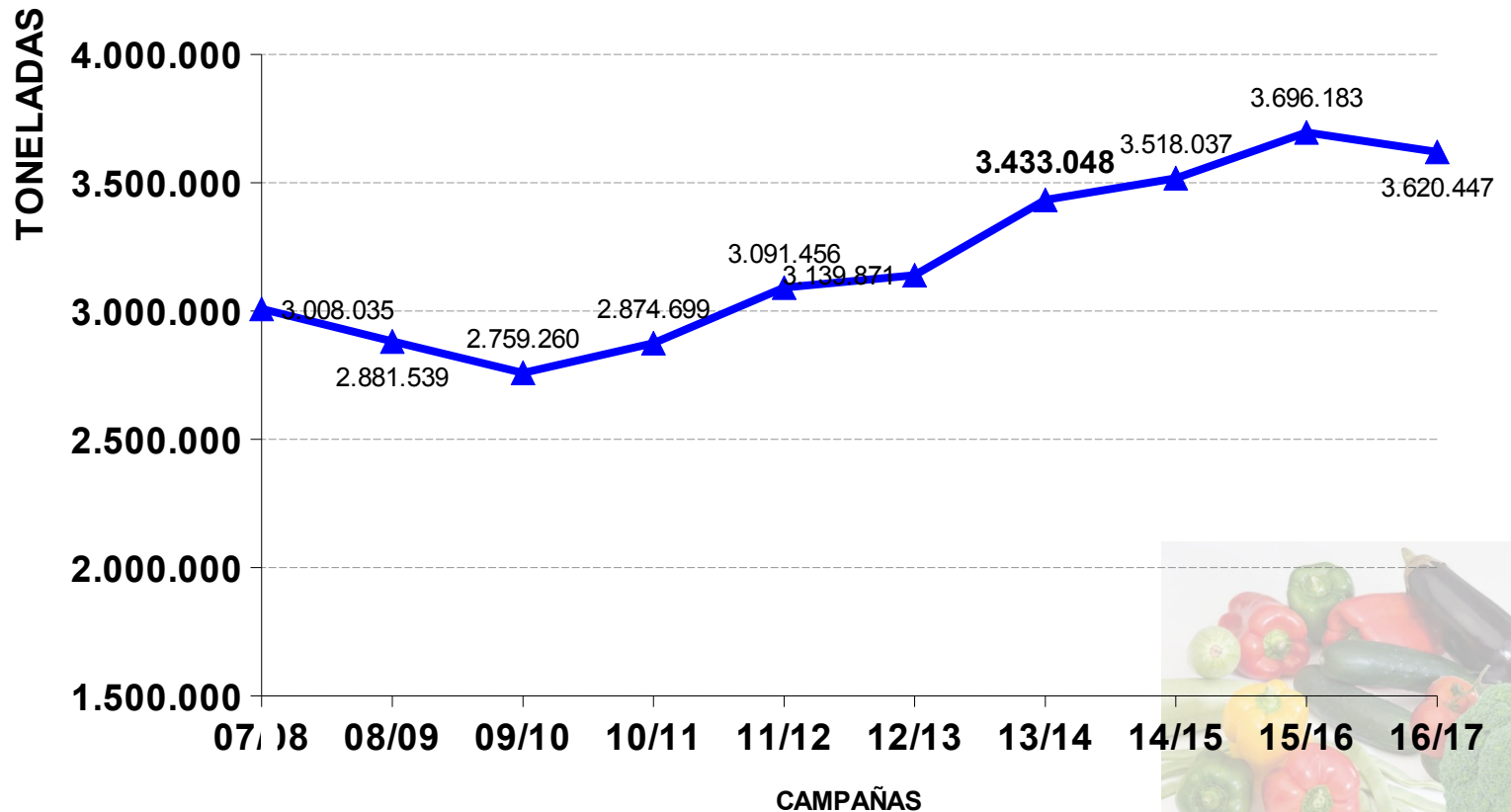
## COMPARANDO LAS SUPERFICIES DE CULTIVOS



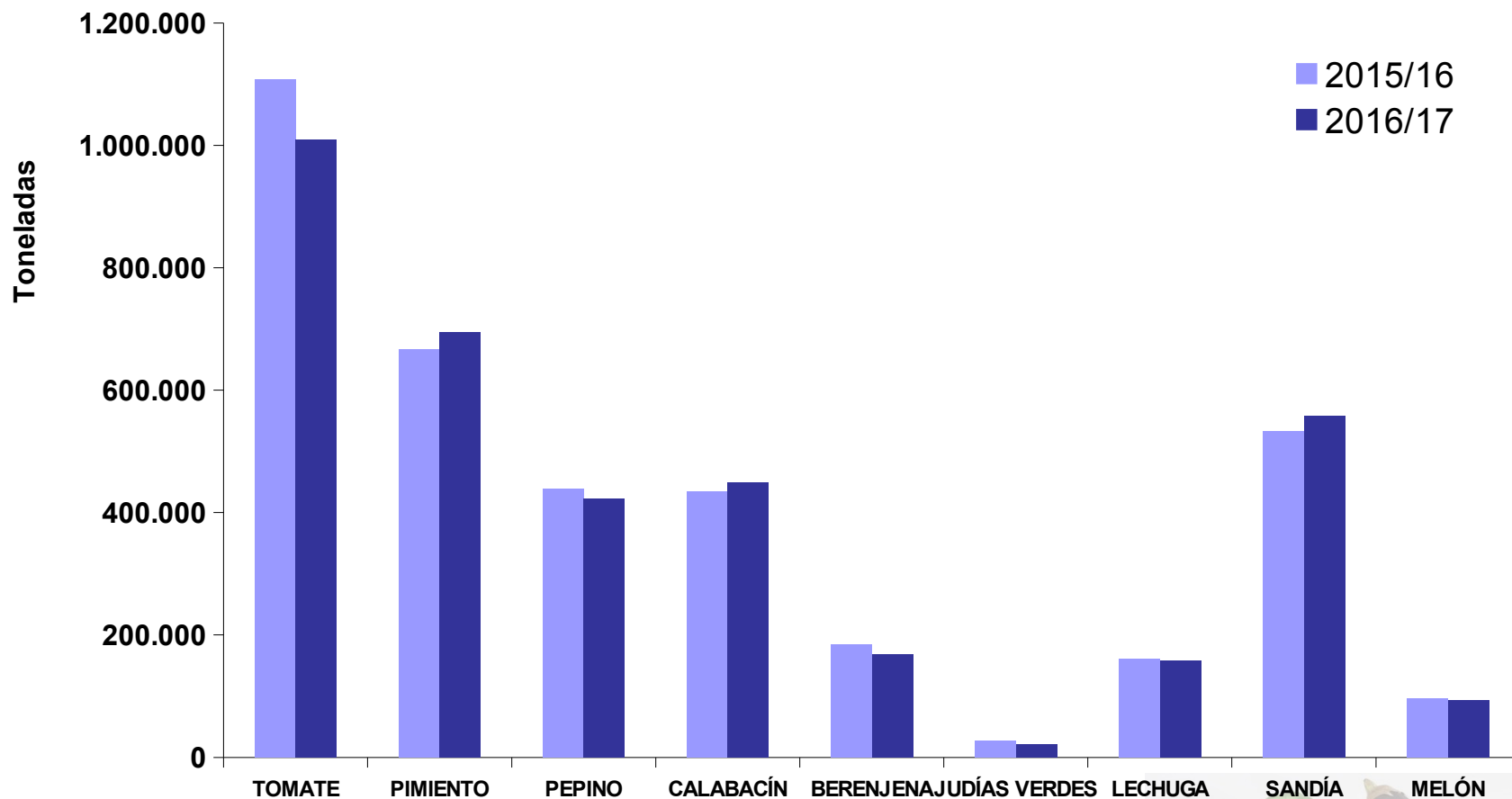
Crece la superficie de **pimiento** (9%), **calabacín** (4%) y **sandía** (+4%). Baja bastante la de **judía verde** (-23%) y **melón** (-10%).

# EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

**Baja un -2%,** debido principalmente a un menor rendimiento por la ola de frío.



# COMPARANDO LA PRODUCCIÓN DE CADA HORTÍCOLA

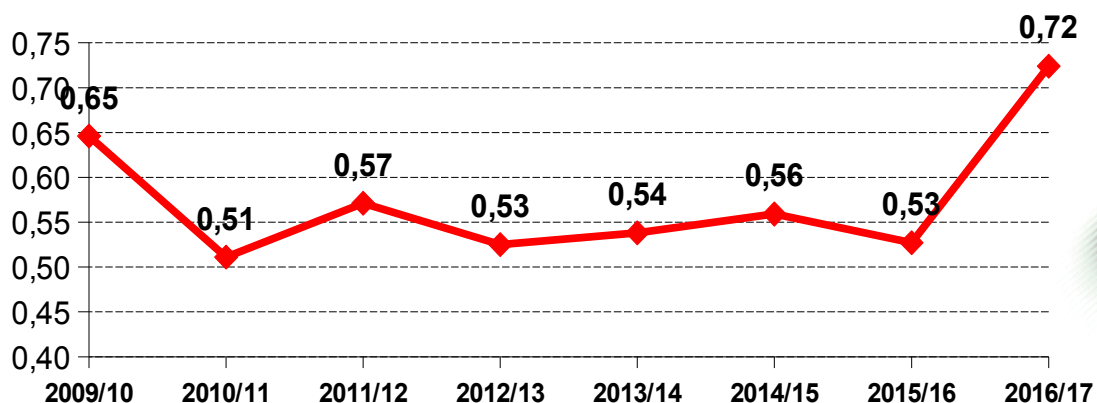


El mayor incremento productivo se detecta en **sandía (+5%)**, **pimiento (+4,2%)** y **calabacín (+3,4%)**.

Descienden **judía verde (-21%)**, **tomate (-9%)** y **berenjena (-9%)**.

## TOMATE: incremento en valor

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



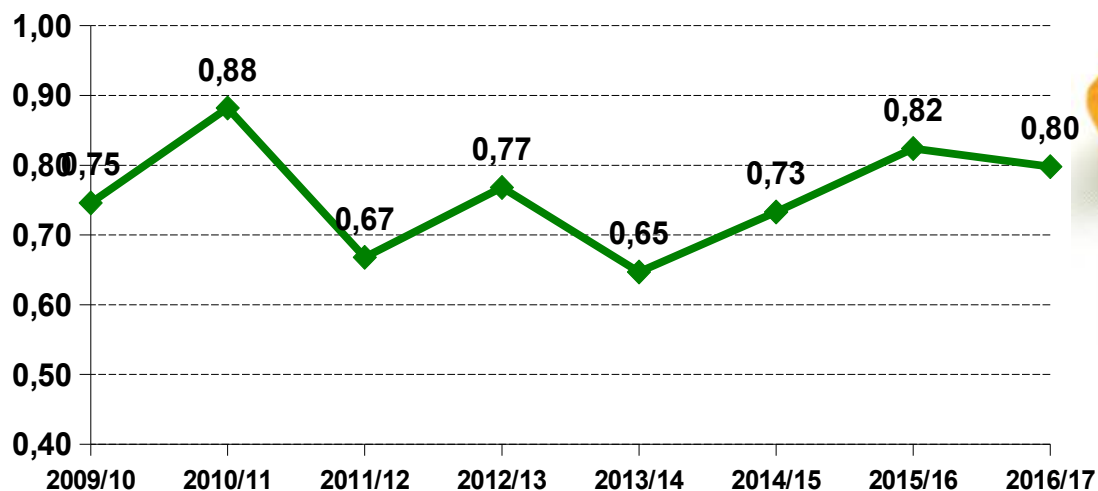
**Producción: 1.008.867 t (-8%)**

**Valor al agricultor: 730 M€ (+25%)**

El precio medio se ha incrementado un 37% haciendo que a pesar de obtenerse menor producción, el valor alcanzado por el agricultor ha aumentado un 25% más que la pasada campaña. Se ha alcanzado el precio medio más alto de las últimas campañas.

## PIMIENTO: más producción y mayor valor

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



**Producción: 694.402 t (+4,2%)**

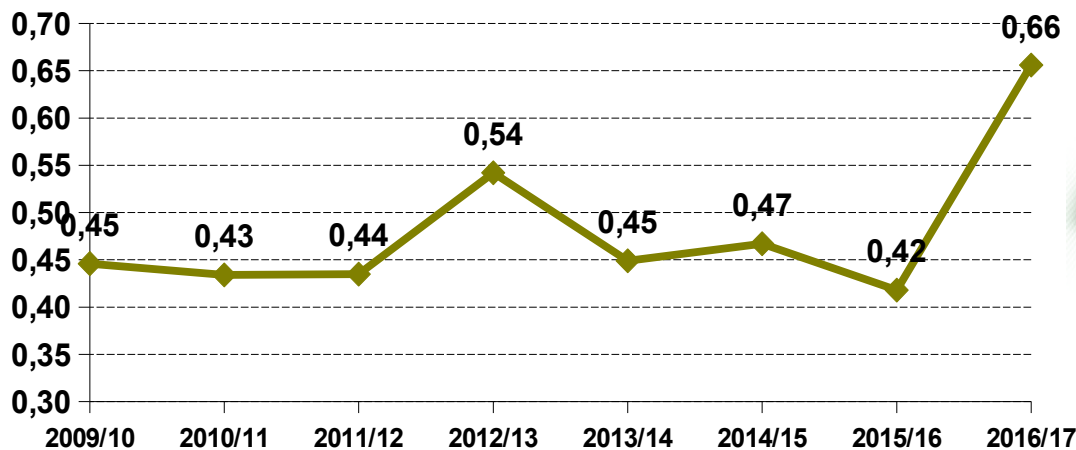
**Valor al agricultor: 554 M€ (+1%)**

El pimiento ha tenido un buen comportamiento en los mercados con una demanda sostenida toda la campaña. A pesar de caer el precio al agricultor en 2 céntimos, el incremento de producción ha generado mayor valor esta campaña.



# PEPINO: ligera bajada en producción y un buen precio

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



**Producción: 422.214 t (-3,8%)**

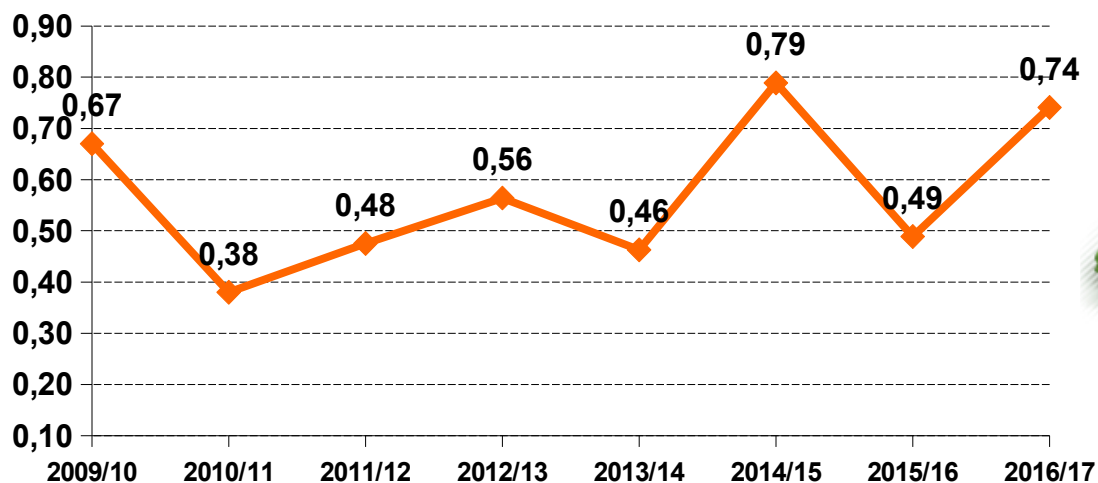
**Valor al agricultor: 277 M€ (+51%)**

El precio medio se ha incrementado un **56%** haciendo que a pesar de obtenerse menor producción, **el valor alcanzado por el agricultor haya aumentado un 51%**. Se ha alcanzado el precio medio más alto de las últimas campañas.



## CALABACÍN: aumento en producción y valor

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)

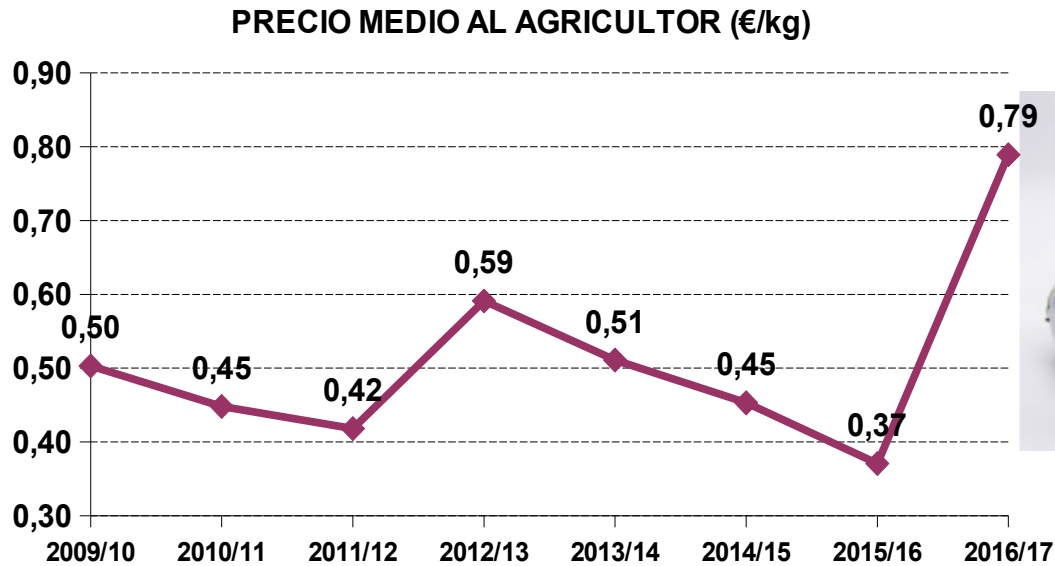


**Producción: 448.975 t (+3,4%)**

**Valor al agricultor: 332 M€ (+56%)**

El calabacín ha tenido un incremento en la cotización del **51%** respecto la campaña anterior y una ligera bajada del **1%** en su rendimiento medio por hectárea. El valor al agricultor ha crecido el **56%**.

## BERENJENA: desciende en producción, aumenta en valor



**Producción: 168.046 t (-8,7%)**

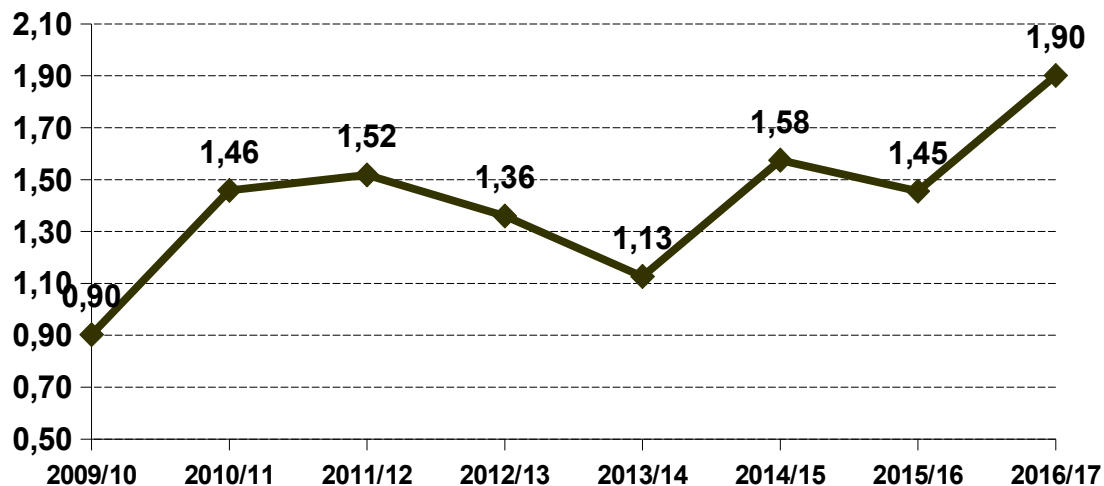
**Valor al agricultor: 133 M€ (+93,7%)**

El doble de cotización que la campaña anterior (+113%).  
Ha sido el producto que más ha incrementado su precio.



# JUDÍA VERDE: disminuye en producción, aumenta en valor

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



**Producción: 21.001 t (-20%)**

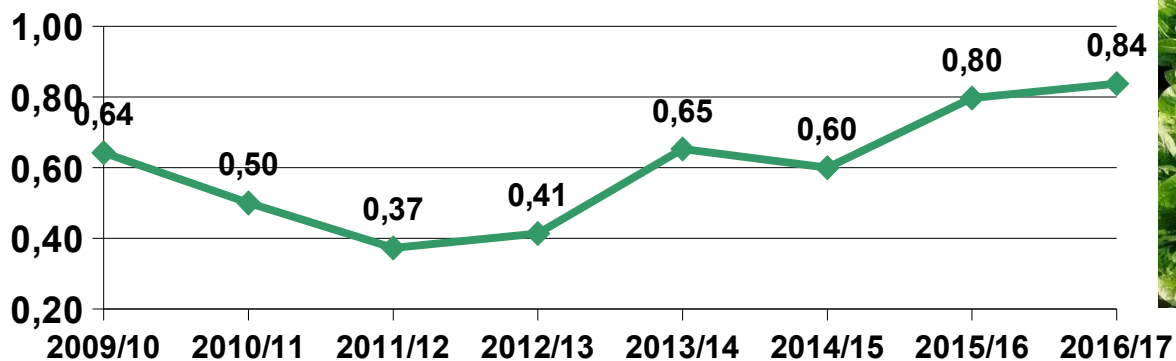
**Valor al agricultor: 39 M€ (+3,7%)**

Se ha producido una quinta parte menos. El incremento del precio medio y la mejora del rendimiento (3,2%), compensa la disminución de superficie y producción, aumentando el valor de producción respecto la campaña anterior.



## LECHUGA: baja la producción, aumenta en valor

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



**Producción: 158.298 t (-1,5%)**

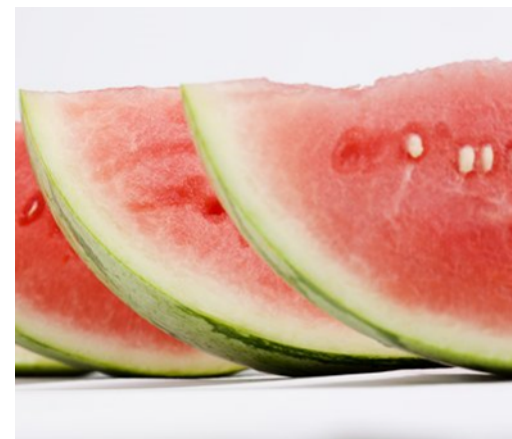
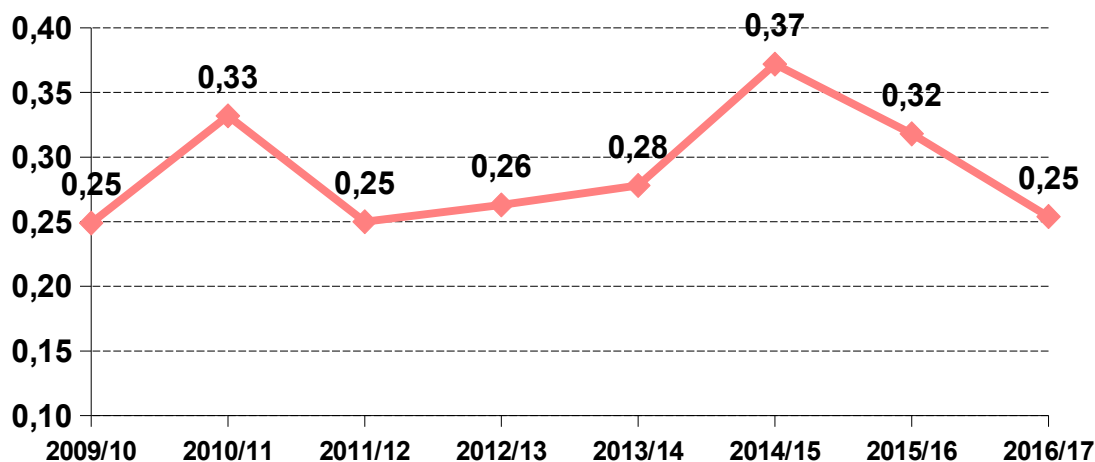
**Valor al agricultor: 132 M€ (+3,5%)**

Un ligero descenso de superficie (-72 ha), producción y rendimiento (-0,5%). El incremento del precio medio en un 5% ha aumentado el valor de producción respecto la campaña anterior en un 3,5%.



## SANDÍA: aumento en producción y bajada de precio

PRECIO MEDIO AL AGRICULTOR (€/kg)



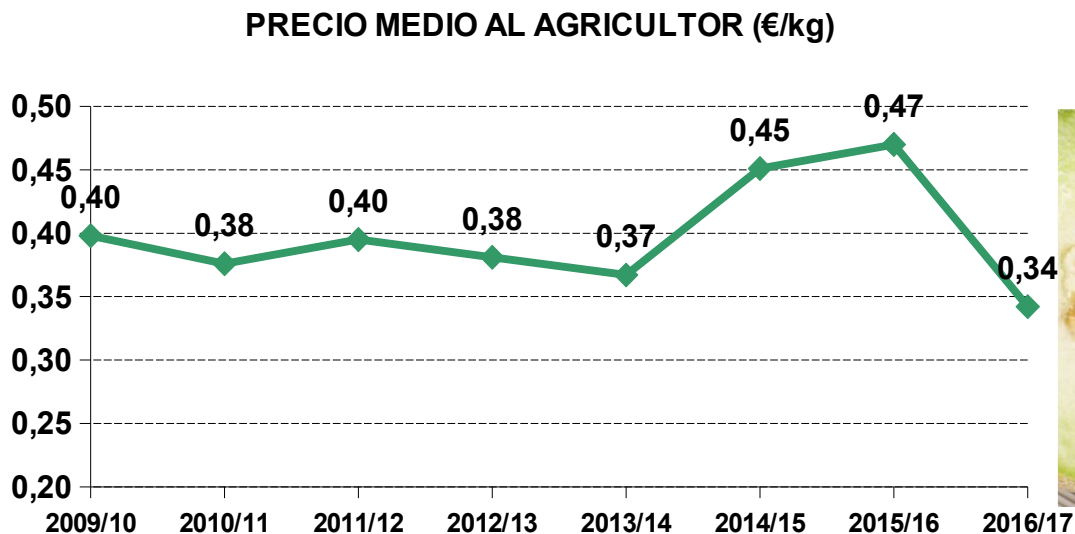
**Producción: 558.223 t (+4,8%)**

**Valor al agricultor: 141 M€ (-16,2%)**

La producción aumenta por la mayor superficie (+4%) y mayor rendimiento (+1%), y el verano tardío en Europa ha retrasado la demanda.

Esto se ha traducido en una caída del precio y de valor.

# MELÓN: disminuye superficie y aumenta rendimiento



**Producción: 93.527 t (-3%)**

**Valor al agricultor: 31 M€ (-29%)**

La bajada de un **-10%** de la superficie se ha compensado en parte por el aumento del rendimiento en **un 7,8%** alcanzando más de 42.000 kg/ha. Sin embargo, la caída en las cotizaciones, del **-27%**, ha reducido el valor de producción al agricultor en casi **el -29%**.



## LAS EXPORTACIONES CRECEN EN VALOR

En los 9 primeros meses de campaña (sep-may) Almería ha exportado **2,1 millones de toneladas de hortalizas y frutas frescas** (melón y sandía), que supone un **-2,3% menos** que en el mismo período de la campaña anterior.

El **valor exportado** asciende a **2.343 M€**, un **+17,6% más**, según los datos del ICEX (Instituto de Comercio Exterior).

El descenso en volumen se ha compensado con el aumento de las cotizaciones que han impulsado el valor.



## Retos: para seguir a la vanguardia.

**Déficit hídrico**: aunar esfuerzos para reducir la escasez de agua en el sector.

**Impulso a la Agricultura Ecológica y Sostenible**: para seguir siendo líderes debemos mantener el esfuerzo en diferenciarnos en Innovación, Calidad y Promoción.

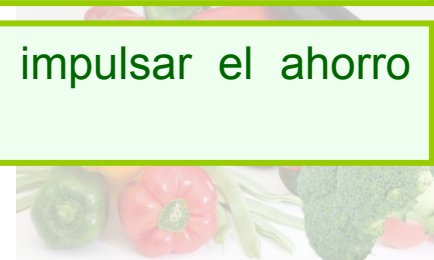
**Equilibrio en la Cadena Agroalimentaria**: a través de la Ley de Agricultura pondremos en marcha el Foro de la Cadena Agroalimentaria, para colaborar en el equilibrio de la cadena a través de los agentes del sector.

**Retos geopolíticos**: Veto Ruso, acuerdos con terceros países y Brexit.

**Restos vegetales**: gestión de productos vegetales (Economía Circular) para generar valor, empleo y mayor sostenibilidad de las explotaciones.

**Infraestructuras**: tren de alta velocidad corredor del mediterráneo, etc.

**Energía**: exigir la reducción del precio de la energía, e impulsar el ahorro energético.



## Oportunidades: para estar más preparados

### Apoyos a la inversión: más competitivos y sostenibles

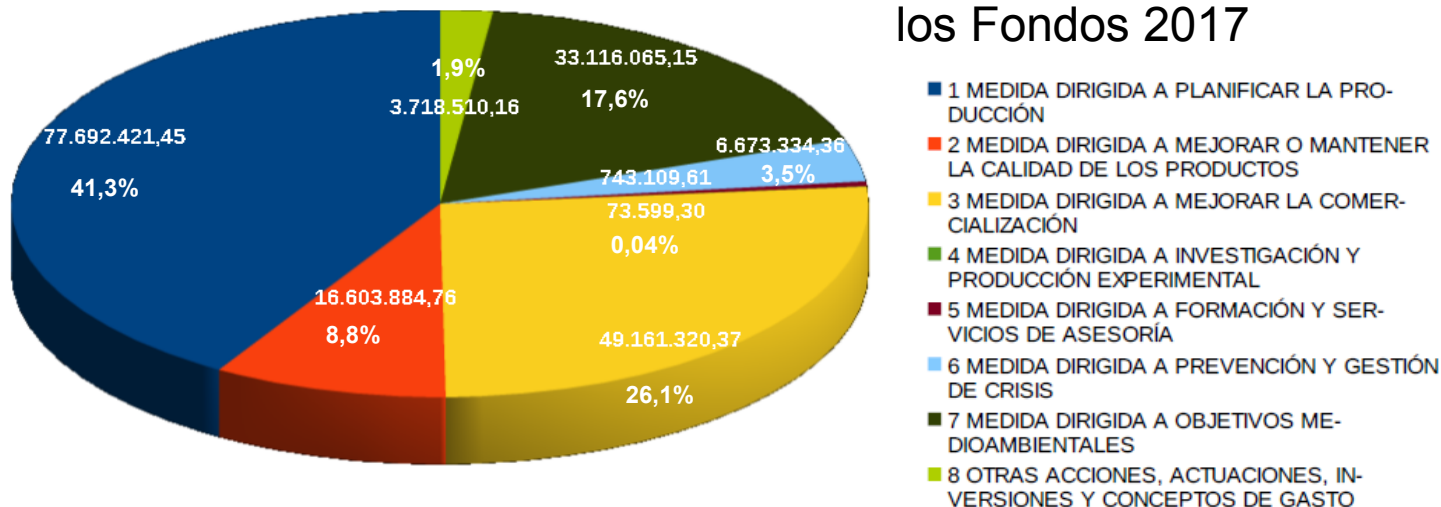
- **Modernización de explotaciones agrarias (109 M€) e invernaderos (20 M€).**
- **Fomento de la Integración, modelo Alhóndiga-OPFH,**
- **Ayudas a programas operativos OPFH: unos 45 M€ en Almería.**
- **Grupos Operativos de Innovación**
- **Incorporación de jóvenes agricultores.**
- **Agroambientales para invernaderos.**
- **Estrategia de restos vegetales y economía circular.**



# OPFH: novedades normativas que afectan a los PP.OO.

187,78 M€ (un 10% más que en 2016)

Valores aprobados para los Fondos 2017



**1 de junio:** entrada en vigor de la nueva normativa relativa al sector hortofrutícola.

**15 de septiembre:** las OPFH deben comunicar si continúan con la norma actual del PP.OO. o se modifica o sustituye por otro con las nuevas características.

**La nueva normativa incluye interesantes acciones medioambientales como:** la utilización del compost de origen vegetal, la realización del abonado en verde mediante resto de la poda de la propia explotación en hortícolas de invernadero y la agricultura ecológica.



## Conclusiones:

- El sector hortofrutícola almeriense es hoy mucho más potente, diverso y competitivo.
- Un sector que hemos construido entre todos, gracias al esfuerzo de productores, empresarios y trabajadores.
- No debemos caer en la complacencia por los resultados obtenidos, aun queda mucho por hacer.
- Debemos aunar esfuerzos a través de una interlocución permanente con el sector.

