

Boletín Final.

Avance de la Valoración de Campaña 2014/15

Melón y Sandía protegidos. Almería



Observatorio de precios y mercados

Septiembre 2015

CONTENIDOS

1. Notas metodológicas
2. Superficie y producción protegida
3. Melón
4. Sandía
5. Conclusiones

Cada producto presenta los siguientes análisis:

- a. Evolución de los precios medios semanales en origen
- b. Precio medio ponderado por producto y por tipo
- c. Síntesis de campaña



1. Notas Metodológicas

Definiciones

Precio medio en origen :

El precio medio ponderado liquidado al agricultor a la entrega del género en el almacén o comercializadora sin IVA. El precio medio se calcula considerando el precio y el volumen asociado de cada operación comercial. Se diferencian los precios medios en origen por producto y por tipo de producto.

Fuentes de información

Los precios en origen o percibidos por el productor proceden de consultas realizadas al Observatorio de Precios y Mercados de la CAPDER. Las consultas recogen los precios medios de liquidación de I y II categoría comercial ponderados con los volúmenes de venta en empresas del tipo alhóndiga y cooperativa. El período tenido en cuenta para la realización de las consultas está comprendido entre la semana 15 y la semana 26 de las campañas 2012/2013, 2013/14 y 2014/15. Los datos de la campaña 2014/15 son provisionales.

Los datos referentes a la superficie y producción hortícola invernada en la provincia de Almería provienen de las Estadísticas de Superficies y Producciones elaborados por la CAPDER para cada cultivo en cada campaña. En este documento se refleja la evolución de la producción y de la superficie durante la campaña actual, las tres anteriores y la variación respecto a la media de las tres precedentes.



1. Notas Metodológicas

Consideraciones

Los precios presentados en este documento están expresados en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por kilo (€/kg).

Los análisis presentados se realizan con los precios medios ponderados de I y II categoría comercial.

Los precios en origen corresponden a productos entregados por el productor en comercializadoras de la provincia de Almería, tanto alhóndigas como empresas comercializadoras tipo asociativas y mercantiles.



2. Superficie y Producción protegida

2.1. Evolución de la superficie de melón y sandía en la campaña actual y en las tres precedentes

Superficie Hortícola Protegida Almería (ha)					
	Campaña 2011/12	Campaña 2012/13	Campaña 2013/14	Campaña 2014/15	Variación 2013/14-Media 2010/13 (%)
Melón	3.003	3.211	1.991	2.306	-16%
Sandía	4.615	4.959	5.478	6.583	31%
Total	7.618	8.170	7.469	8.889	15%

Fuente: Anuarios de la CAPDER y Avances de la Delegación Territorial de Almería.

La superficie efectiva invernada en la provincia de Almería se cuantifica en la campaña 2014/15 en 44.183 hectáreas, de las que **8.889 hectáreas (20%)** pertenecen a **melón y sandía protegidos**.

Tanto melón como sandía incrementan su superficie de forma significativa respecto al período precedente. La baja incidencia del virus de Nueva Delhi en melón en la campaña 2013/14, y el incremento en la demanda para la sandía en la última campaña, se han traducido en un mayor número de hectáreas de cultivo de ambos productos.

2.2. Evolución de la producción de melón y sandía en la campaña actual y en las tres precedentes

La campaña hortícola protegida refleja unos datos de producción global de 3,1 millones de toneladas, superando melón y sandía las 522.000 toneladas, y representado el 17% del total.

Sandía y melón aumentan significativamente su **producción** respecto al período 2013/14, y se convierten junto a la berenjena en las hortalizas protegidas con mayor crecimiento en superficie de la actual campaña.

Producción Hortícola Protegida Almería (t)					
	Campaña 2011/12	Campaña 2012/13	Campaña 2013/14	Campaña 2014/15	Variación 2014/15-Media 2011/14 (%)
Melón	109.345	102.534	82.127	94.447	-4%
Sandía	291.535	284.627	358.384	427.658	37%
Total	400.880	387.161	440.511	522.105	27%

Fuente: Anuarios de la CAPDER y Avances de la Delegación Territorial de Almería.



Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

3. Melón

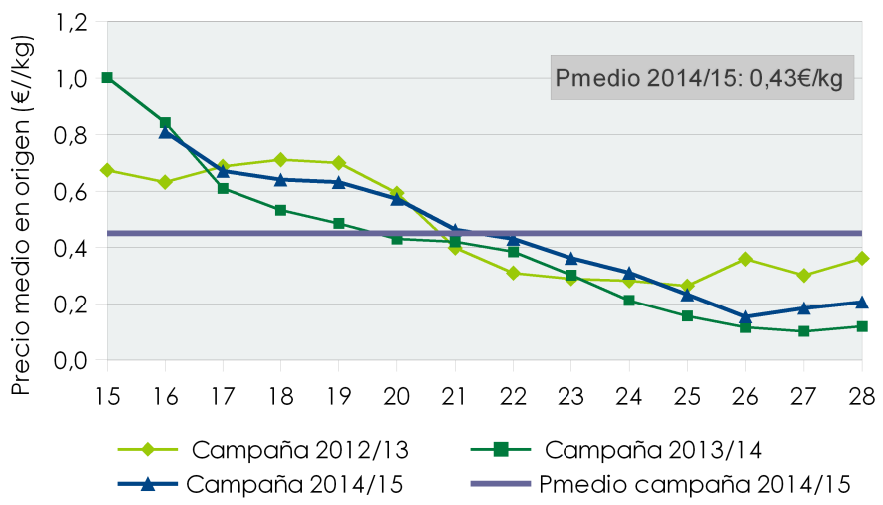
Avance de Valoración de Campaña 2014/15.

Almería



3. Melón

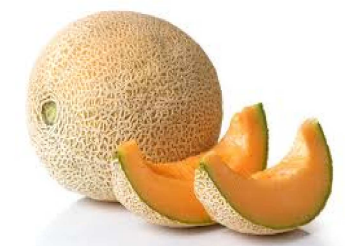
3.a. Evolución de los precios medios semanales en origen en las tres últimas campañas



La campaña se iniciaba con una oferta inferior a la campaña precedente.

El melón ha obtenido cotizaciones superiores al período precedente en la gran mayoría de las semanas analizadas. Las cotizaciones han seguido una trayectoria descendente salvo en los últimos días de abril y primeros de mayo, cuando la escasez de producto favorecía la estabilidad de los precios.

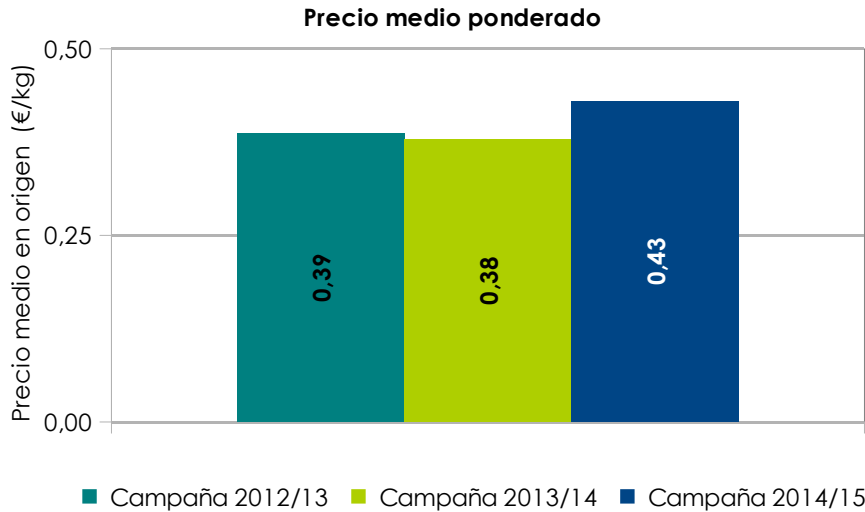
	Abril				Mayo				Junio				Julio		Media Período
	Semana 15	Semana 16	Semana 17	Semana 18	Semana 19	Semana 20	Semana 21	Semana 22	Semana 23	Semana 24	Semana 25	Semana 26	Semana 27	Semana 28	
Campaña 2012/13	0,67	0,63	0,69	0,71	0,70	0,59	0,40	0,31	0,29	0,28	0,26	0,36	0,3	0,36	0,39
Campaña 2013/14	1,00	0,84	0,61	0,53	0,49	0,43	0,42	0,39	0,30	0,21	0,16	0,12	0,1	0,12	0,38
Campaña 2014/15	-	0,81	0,67	0,64	0,63	0,57	0,46	0,43	0,36	0,31	0,23	0,15	0,18	0,21	0,43



Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

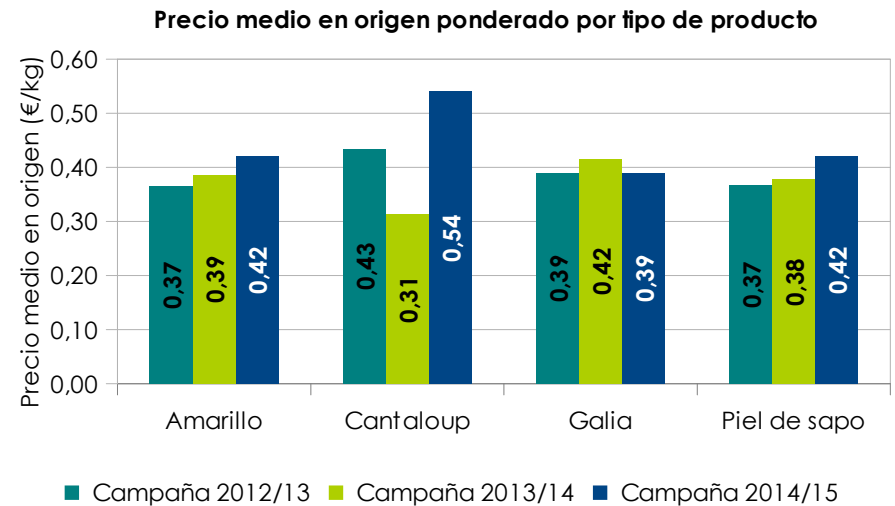
3. Melón

3.b. Análisis del precio medio ponderado por producto y por tipo en las tres últimas campañas



El melón obtiene en la campaña 2014/15 el **precio medio más favorable** de las campañas comparadas.

Todos los tipos analizados mejoran su cotización respecto a las dos campañas precedentes.



3. Melón

3.c. Síntesis de campaña

El melón experimenta un incremento en superficie y precio respecto a la pasada campaña próximo al 16%, cerrando el período con un valor medio de 0,43€/kg.

La campaña de melón se iniciaba en el mes de abril con volúmenes reducidos. El retraso en la fecha de trasplante al prolongarse los cultivos de otoño, junto con un fuerte viento de levante que afectaba a los cuajes más tempranos reducía significativamente la producción comercializada en este período entre un 10-20% respecto a la pasada campaña.

En el mes de mayo Almería intensificaba su producción, no obstante, el volumen comercializado continuaba en valores inferiores a la campaña precedente (5-10%). Las condiciones meteorológicas experimentadas en la fase de polinización de las plantaciones tardías no fueron propicias, lo que influyó negativamente en la actividad de las colmenas, y en el cuaje de los frutos. El precio medio del producto en el mes de mayo ascendió a 0,51€/kg, superando en 7 céntimos las cifras de la pasada campaña. A principios de junio se concentra el grueso de la producción de melón. En este mes los volúmenes comercializados superan por primera vez las cifras de la pasada campaña. A finales de junio la entrada en producción de Murcia provocaba una caída del precio medio del melón, al orientarse los compradores nacionales e internacionales hacia las nuevas producciones murcianas.

La campaña de melón se ha caracterizado por la disparidad de los calibres recolectados, y por una reducción de los rendimientos en relación al año anterior, debido a la climatología durante la época de cuajado del fruto. La escasez de kilos para satisfacer la demanda, en momentos puntuales de la campaña, han beneficiado las cotizaciones del melón, que ha logrado el mejor precio medio de las últimas siete campañas.

El melón Cantaloup ha sido el mejor valorado esta campaña, al superar en más de 20 céntimos la cotización media del período 2013/14. La pasada campaña el incremento de la superficie de cultivo provocó una saturación de producción en el mercado, que desembocó en la cotización más baja de los últimos diez años. En la campaña actual se ha producido una significativa disminución de la superficie de cultivo que ha beneficiado la cotización del producto.

El melón Galia es el único tipo de melón que no incrementa su cotización respecto a la pasada campaña. La competencia del melón Galia marroquí, más apreciado en los mercados internacionales que el melón Galia larga vida español, y el incremento de la producción comercializada respecto a la pasada campaña han sido algunos de los factores que han frenado la subida de sus cotizaciones.



4. Sandía

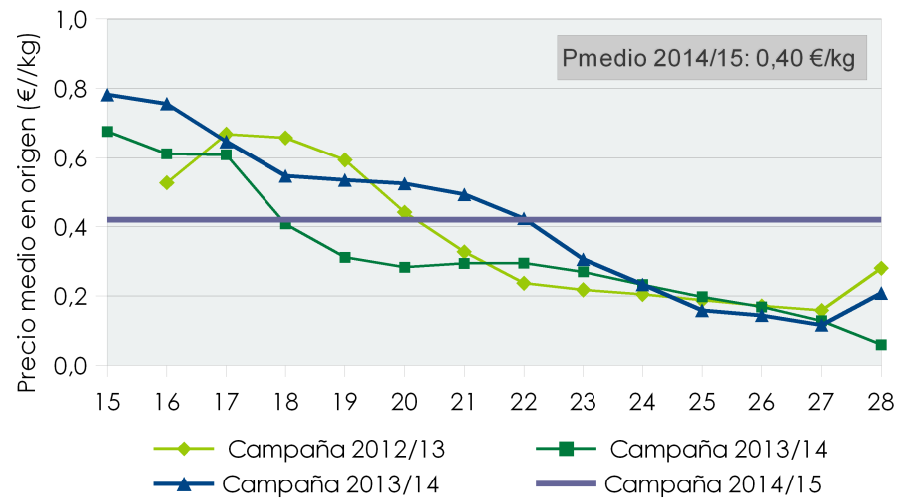
Avance de Valoración de Campaña 2014/15.

Almería



4. Sandía

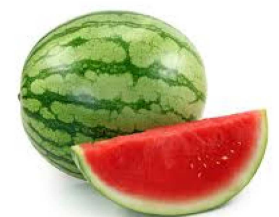
4.a. Evolución de los precios medios semanales en origen en las tres últimas campañas



La evolución semanal de las cotizaciones de sandía refleja un **comportamiento positivo** del precio del producto respecto a las dos campañas anteriores. Prácticamente desde el comienzo de la campaña hasta el mes de junio, la sandía ha **superado ampliamente los valores de las dos campañas precedentes**.

La campaña de sandía comenzaba en el mes de abril, pero no alcanzaría volúmenes significativos hasta mediados de mayo. La **máxima producción** de sandía se concentraba a finales de mayo y principios de junio.

	Abril				Mayo				Junio				Julio		Media Período
	Semana 15	Semana 16	Semana 17	Semana 18	Semana 19	Semana 20	Semana 21	Semana 22	Semana 23	Semana 24	Semana 25	Semana 26	Semana 27	Semana 28	
Campaña 2012/13	-	0,53	0,67	0,66	0,59	0,44	0,33	0,24	0,22	0,20	0,19	0,17	0,16	0,28	0,31
Campaña 2013/14	0,68	0,61	0,61	0,41	0,31	0,28	0,29	0,30	0,27	0,23	0,20	0,17	0,13	0,06	0,31
Campaña 2014/15	0,78	0,76	0,65	0,55	0,54	0,52	0,49	0,42	0,31	0,23	0,16	0,14	0,12	0,21	0,40

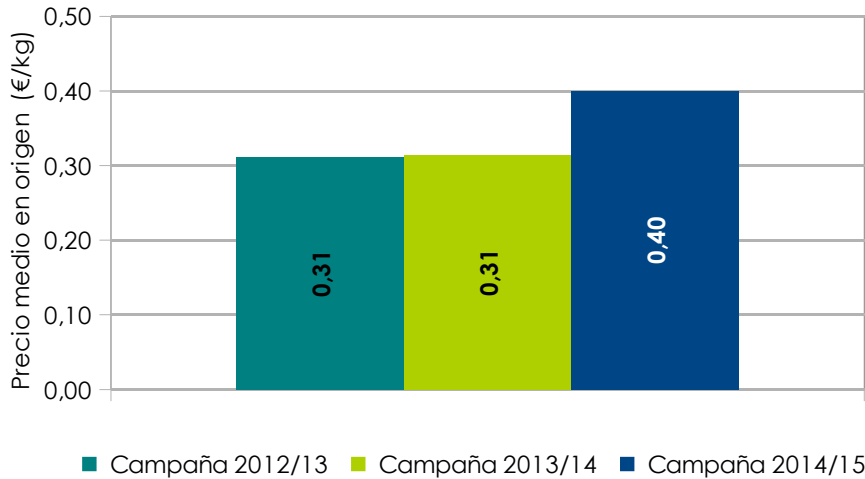


Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.

4. Sandía

4.b. Análisis del precio medio ponderado por producto y por tipo en las tres últimas campañas

Precio medio ponderado



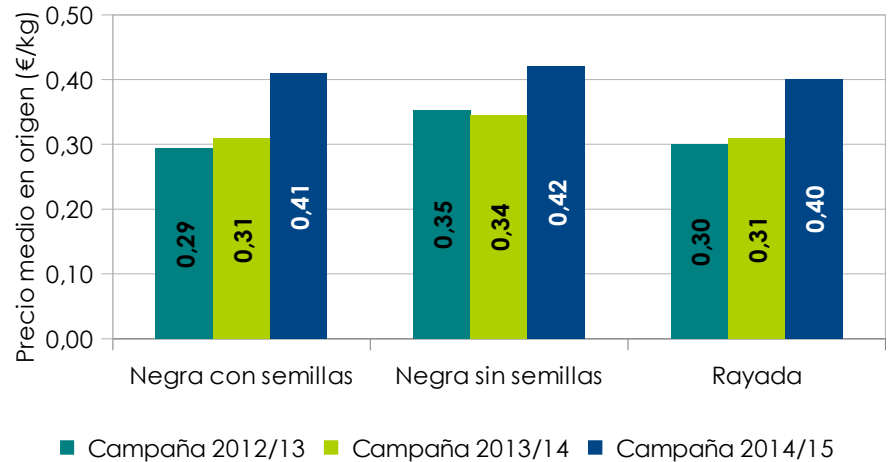
Cotización récord la registrada por la sandía en la campaña 2014/15.

Dos factores han contribuido a elevar los precios de la sandía por encima de los registros de campaña anteriores; la disminución de la productividad de las plantaciones tempranas e intermedias a consecuencia de las altas temperaturas, y el incremento de la demanda en la primavera más cálida de las tres campañas comparadas.

La demanda de sandía con semillas se ha visto favorecida por la escasez en momentos puntuales de la campaña de otros tipos de sandía.



Precio medio en origen ponderado por tipo de producto



4. Sandía

4.c. Síntesis de campaña

Cotización récord la obtenida por la sandía en la campaña 2014/15, registrando niveles de cotización similares a la campaña 2006/07 (0,40€/kg).

La superficie de sandía se ha incrementado un 20% respecto a la pasada campaña. Los tipos de sandía negra sin semillas y blanca o rayada sin semillas, junto con las sandía mini son las que han experimentado un mayor crecimiento en el número de hectáreas de cultivo. La negra con semillas confirma la tendencia seguida en los últimos años y vuelve a reducir la superficie cultivada.

La campaña de sandía comenzaba en el mes de abril con volúmenes minoritarios. Varios eran los factores que influían en la reducida oferta en el inicio de la campaña; por un lado la menor superficie dedicada a trasplantes tempranos, al optar gran parte de los productores por prolongar los cultivos de otoño, y por otro, unas condiciones meteorológicas poco favorables tanto en la fase de polinización y cuajado del fruto como en la de maduración del fruto.

En mayo la producción de sandía continua en niveles inferiores a pasadas campaña. Las temperaturas subían en la Península, y en las principales capitales europeas se registraban temperaturas máximas por encima de los 20°C; circunstancia que propiciaba un incremento de la demanda en los mercados nacional y de exportación. El precio medio del producto alcanza los 0,49 €/kg, frente a los 0,32€/kg de las mismas fechas de la pasada campaña.

Hasta la primera semana de junio la campaña de sandía ha obtenido cotizaciones muy favorables. El incremento de la superficie cultivada se compensaba con una reducción de los rendimientos debido a las condiciones meteorológicas adversas de los meses de febrero y marzo principalmente; en abril las condiciones mejoraron pero no llegaron a ser idóneas. En los últimos días de mayo y primera quincena de junio la producción se incrementaba considerablemente y el producto se depreciaba. A mediados de junio la coincidencia del tramo final de la campaña en Almería, con el inicio de la campaña al aire libre de Murcia y otras zonas productoras de Andalucía, así como con producciones de Italia y Grecia, propiciaban una nueva bajada del precio del producto.

La campaña se ha caracterizado por un mayor número de partidas de calibres pequeños, lo que se ha ido normalizando en los cortes más tardíos. La producción ha sido escalonada, y el buen tiempo en España y en Europa durante gran parte de la campaña de Almería ha favorecido el consumo y que se alcancen cotizaciones superiores a las del período 2013/14.



5. Conclusiones

Melón y sandía registran el **precio medio de campaña más elevado de los últimos 8 años**. Ambos productos se han visto beneficiados por unas temperaturas excepcionalmente cálidas, tanto en Europa como en la Península, que han incentivado el consumo durante la mayor parte de la campaña almeriense, y por una menor competencia internacional en el inicio de la campaña.

La **escasez de melón y sandía en los meses de abril y mayo** generaba un desajuste entre oferta y demanda que elevaba las cotizaciones en origen a máximos históricos. Las condiciones meteorológicas experimentadas durante la primavera no han sido favorables para la polinización de los cultivos, y el cuajado de los frutos no fue adecuado en numerosas explotaciones. No obstante la calidad del producto comercializado no se ha visto afectada.

En la comparativa respecto a las **tres campañas precedentes** es significativo el progresivo **crecimiento de la superficie de sandía (31%)**, que recupera su atractivo para los consumidores tras unos años de estancamiento de la demanda; y el **descenso** en superficie del **melón (16%)**, que a pesar de ganar terreno respecto a la pasada campaña al superarse los temores al virus de Nueva Delhi, se mantiene por debajo del período 2011/13.

Todos los tipos de melón analizados **mejoran su cotización** respecto a las dos campañas precedentes, **destacando** especialmente el crecimiento experimentado por las cotizaciones del melón **Cantaloup**, favorecido por la reducción en el número de hectáreas de cultivo respecto a la pasada campaña y por una menor competencia de Marruecos, cuyas plantaciones se han visto afectados por las temperaturas elevadas.

Las cotizaciones de la **sandía** han marcado **máximos históricos en los tres tipos analizados**. El retraso en el inicio de la campaña ha disminuido la coincidencia con producciones de ultramar, lo que unido a la menor producción de sandía en Senegal, a la apuesta por la calidad de la sandía almeriense, y a unas favorables temperaturas estivales han incentivado la demanda del producto.



Boletín Final.

Avance de la Valoración de Campaña 2014/15

Melón y Sandía protegidos. Almería



Observatorio de precios y mercados

Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.