

HORTÍCOLAS PROTEGIDOS DE ANDALUCÍA

SEMANAS 23 y 24. CAMPAÑA 2015/16¹

REMONTADA DE LAS COTIZACIONES DE SANDÍA ANTE LA ESCASEZ DE PRODUCTO

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN ORIGEN²

SANDÍA

La campaña de sandía en Almería se encuentra prácticamente finalizada. Las plantaciones más tardías de la provincia se localizan en la zona de Palomares y su recolección se concentra en el mes de junio, precediendo a la producción de sandía de Sevilla y de Murcia que comenzará a finales de junio, y no será representativa hasta el mes de julio.

Esta coyuntura de escasa producción ha favorecido el repunte de las cotizaciones de sandía en las semanas 23 y 24, a pesar de que las condiciones meteorológicas en las principales capitales europeas, con abundante nubosidad, presencia ocasional de precipitaciones, y temperaturas inferiores a 30°C, no han contribuido a potenciar el consumo de sandía. En la primera quincena de junio los precios de la sandía han oscilado entre 0,40€/kg para la sandía negra sin semillas, 0,30€/kg para las sandía rayada, 0,25€/kg de la sandía mini.

La campaña de sandía se ha caracterizado por un inicio de temporada con escasa presión de producción en la que se alcanzaron unas cotizaciones favorables y rendimientos menores de lo esperado.

Una etapa intermedia de gran dificultad para los productores en las que se recolectaron grandes cantidades de producto, continuaba la escasez de calibres grandes, y la irregular climatología en Centroeuropa no animaba el consumo. La demanda nacional también se presentaba irregular en este período. Esta etapa coincidió con la última semana de mayo y primera de junio, y el desajuste entre oferta y demanda desencadenó una notable bajada de las cotizaciones.

En la fase final de la campaña de sandía protegida los precios han remontado, la escasa oferta en el resto de España durante la primera quincena de junio ha mejorado considerablemente las cotizaciones percibidas por los productores en la etapa final de producción. Los calibres 2, 3 y 4 han sido los más demandados por el mercado nacional durante toda la campaña, y la escasa oferta de sandía de estas características ha incrementado considerablemente su precio.

MELÓN

Los tipos Amarillo y Cantaloup prácticamente han finalizado su campaña de producción en Almería, mientras que el melón Galia lo hará a finales de mes. Las últimas producciones de

¹ El objeto del presente informe es realizar un seguimiento de la campaña 2015/16, exponiendo una visión del estado del sector de forma periódica. La información reflejada se ha obtenido mediante consultas a expertos del sector y al Observatorio de Precios y Mercados. Los precios de la campaña 2015/16 son provisionales.

² El análisis de las cotizaciones corresponde a precios medios ponderados de liquidación al agricultor para producto de I+II categoría comercial en empresas hortofrutícolas de Almería y/o Granada facilitados por el Observatorio de Precios y Mercados.

melón Galia de la provincia han registrado en la semana 24 cotizaciones entre 0,20-0,30€/kg, observándose un fuerte descenso en las alhóndigas almerienses en el tramo final de la semana.

El melón Piel de sapo finalizará su producción bajo invernadero a finales de junio. En la semana 24 los productores han obtenido un precio medio por este tipo de melón entre 0,40-0,50€/kg. La evolución de sus cotizaciones en las alhóndigas sufrió un considerable ascenso a partir del viernes ante la escasez de producto, superando el valor de 0,55€/kg.

La superficie de melón en Almería en la campaña 2015/16 apunta una ligera reducción respecto a la pasada campaña. Esta situación está fuertemente influida por la significativa reducción del consumo nacional, por el temor de los productores de melón al virus de Nueva Delhi, así como por el incremento del consumo de sandía y su mejor evolución de precios. Según cifras de MAGRAMA en los últimos cuatro años el consumo de melón en España se ha reducido un 30%, cifrándose su consumo en 736.000 toneladas en 2015. Para frenar este creciente desinterés del consumidor nacional por esta fruta el sector indica que se debe trabajar en la línea de reducir el número de variedades cultivadas y primar la calidad por encima de la productividad. Recuperar el sabor que hace años era inherente al melón resulta fundamental para que el producto resulte atractivo al consumidor.

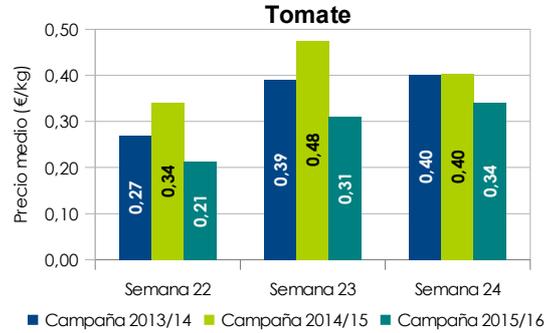
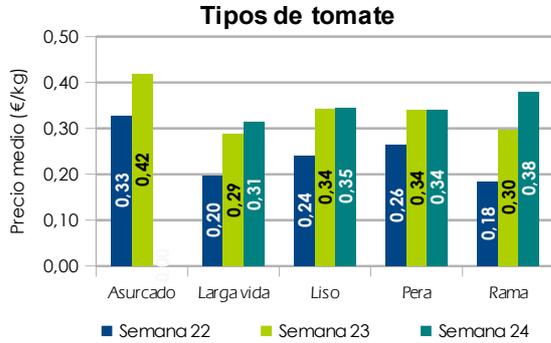
TOMATE

El tramo final de la campaña de tomate reproduce la situación de precios vivida en gran parte de la campaña de primavera-verano. La abundante producción en Holanda y Bélgica, que permite su autoabastecimiento y la exportación de su tomate a Europa y también a España a precios muy reducidos está dificultando tremendamente la comercialización de la producción andaluza. A esta circunstancia se suma la disponibilidad de producción propia en Francia, en Alemania, en Suiza, país que protege la comercialización de su producción cerrando las fronteras a producto foráneo cuando es capaz de autoabastecerse, en Polonia cuya producción se destina a consumo propio y exportación a países del Este y en Portugal, destino al que en pasadas campañas exportábamos nuestra producción en estas fechas.

El primer balance³ de la campaña 2015/16 muestra un precio medio del tomate se aproximará a 0,40-0,46€/kg frente a los 0,50€/kg obtenidos en las mismas fechas de la pasada campaña. Todos los tipos comerciales analizados obtendrán previsiblemente en el período 2015/16 una cotización media entre 4 y 10 céntimos inferior a la campaña 2014/15.

³ Los precios reflejados no consideran el tomate tipo cherry.

Gráficos⁴ 1 y 2. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 22, 23 y 24 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 22, 23 y 24 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



⁴ No incluyen el tomate tipo cherry. El tipo comercial asurcado incluye también variedades de tomate asurcado larga vida, que se comercializan habitualmente en rojo.