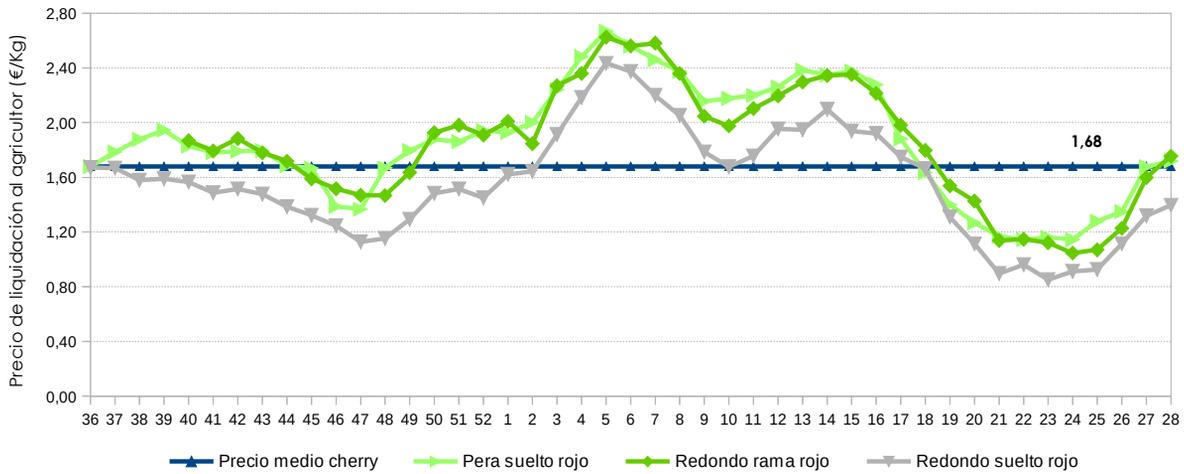


Síntesis de campaña: Tomate cherry ecológico. Campaña 2016/17

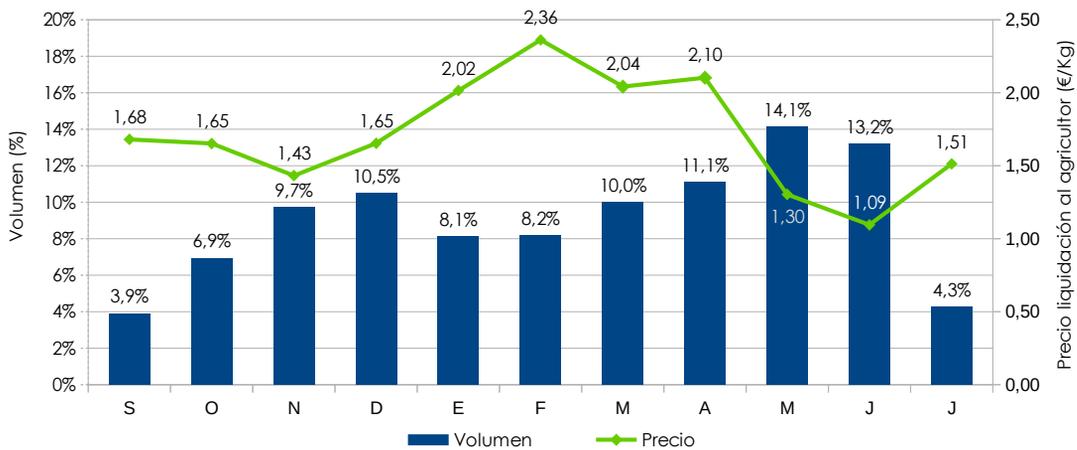
1. Precios medios en origen y volúmenes comercializados del tomate cherry ecológico

Evolución semanal del precio en origen

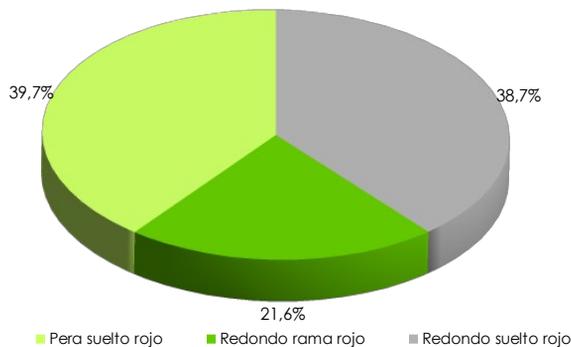


Nota. El año 2015 tiene 53 semanas.

Distribución mensual del precio y volumen comercializado

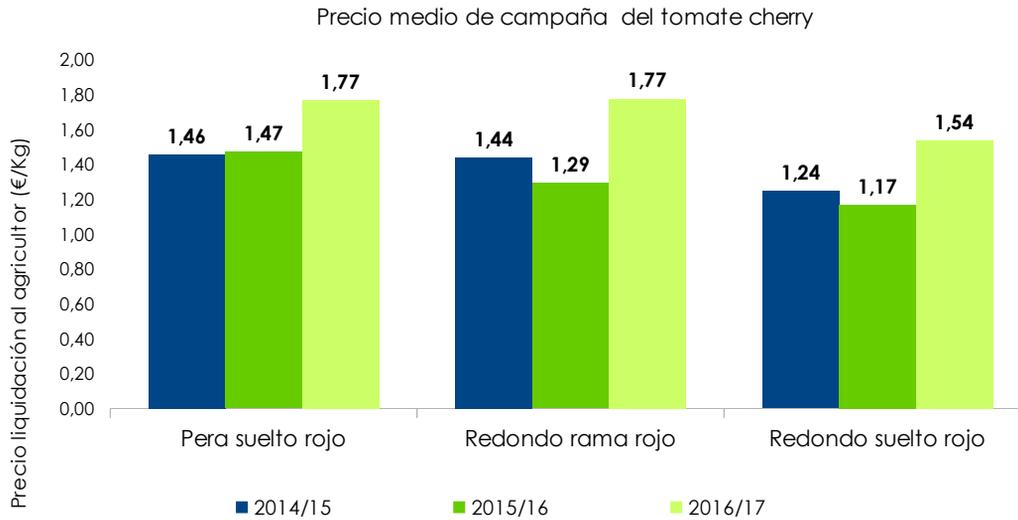


Distribución de los principales tipos de cherry



Nota metodológica: Los precios y volúmenes corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva ni desechos.

Síntesis de campaña: Tomate cherry ecológico. Campaña 2016/17



2. Resumen

Según información del Observatorio de Precios, en la campaña 2016/17 el **tomate cherry** pierde el primer puesto como tipo comercial de tomate más representativo a favor del tomate rama en Almería. Mientras el tomate cherry supone un 33%, el tomate rama supone la mitad del tomate ecológico comercializado a lo largo de la campaña 2016/17.

Dentro de los subtipos de cherry, el pera suelto rojo alcanza un 40% del total del cherry en 2016/17, porcentaje superior en un 1% al cherry redondo suelto rojo. Comparando con el reparto de subtipos de la campaña precedente, se observa un crecimiento del 5% respecto del cherry pera suelto rojo, que a su vez se ha situado como el subtipo que ha obtenido mejores precios de liquidación para el productor.

La campaña puede calificarse como atípica, influenciada por las bajas temperaturas registradas desde noviembre hasta febrero en toda Europa, que se intensificaron en el mes de enero con la ola de frío. Como consecuencia, si se compara con la campaña anterior, el volumen del cherry comercializado en 2016/17 se reduce ligeramente y tanto los precios registrados como la distribución porcentual de la producción a lo largo de los meses varían significativamente.

En los meses de enero y febrero de 2017 la producción andaluza en origen se ralentiza como consecuencia del frío, disminuyendo la cantidad ofertada a un mercado que llega a pagar el producto por encima de los dos euros. Aún así, el duro invierno afecta en menor medida a Andalucía que a otros orígenes de producción y este hecho refuerza su posición dominante desde el punto de vista comercial. Con excepción del comienzo y final de campaña, septiembre y octubre, y junio, los precios se han situado por encima de la campaña precedente mes a mes.

Los resultados medios de campaña son los más altos de las tres últimas campañas y se perciben como muy positivos por las comercializadoras. El precio medio alcanzado en la campaña 2016/17 es de 1,77€/kg para el cherry pera y el redondo rama y 1,54€/kg para el cherry redondo suelto. La comercialización de variedades caracterizadas por el sabor ha contribuido al ascenso de los precios del cherry rama y el cherry pera. Con respecto a la campaña 2015/16, en 2016/17 se produce un ascenso de precios del 37% en cherry rama, del 32% en el suelto y 20% en el pera suelto. En una campaña atípica caracterizada por precios elevados, las cotizaciones de campaña del cherry ecológico continúan siendo más altas que el cherry cultivado con métodos convencionales, aunque el incremento es porcentualmente mayor en el cultivo convencional.

Nota metodológica: Los precios corresponden a producto comercializado en fresco y, por tanto, no se incluye producto destinado a industria o conserva ni desechos.

Metodología

Octubre, 2017