

Análisis de la campaña hortofrutícola

Campaña 2021/2022



76

I N F O R M E S

1. Marco económico	03
2. Marco climatológico	11
3. Aspectos productivos	15
4. Producción e ingresos	30
5. Comercio exterior	40
6. Industria auxiliar	57
Conclusiones	65
Reflexiones finales	73
Anexo. Fichas de productos	76

1. Marco económico

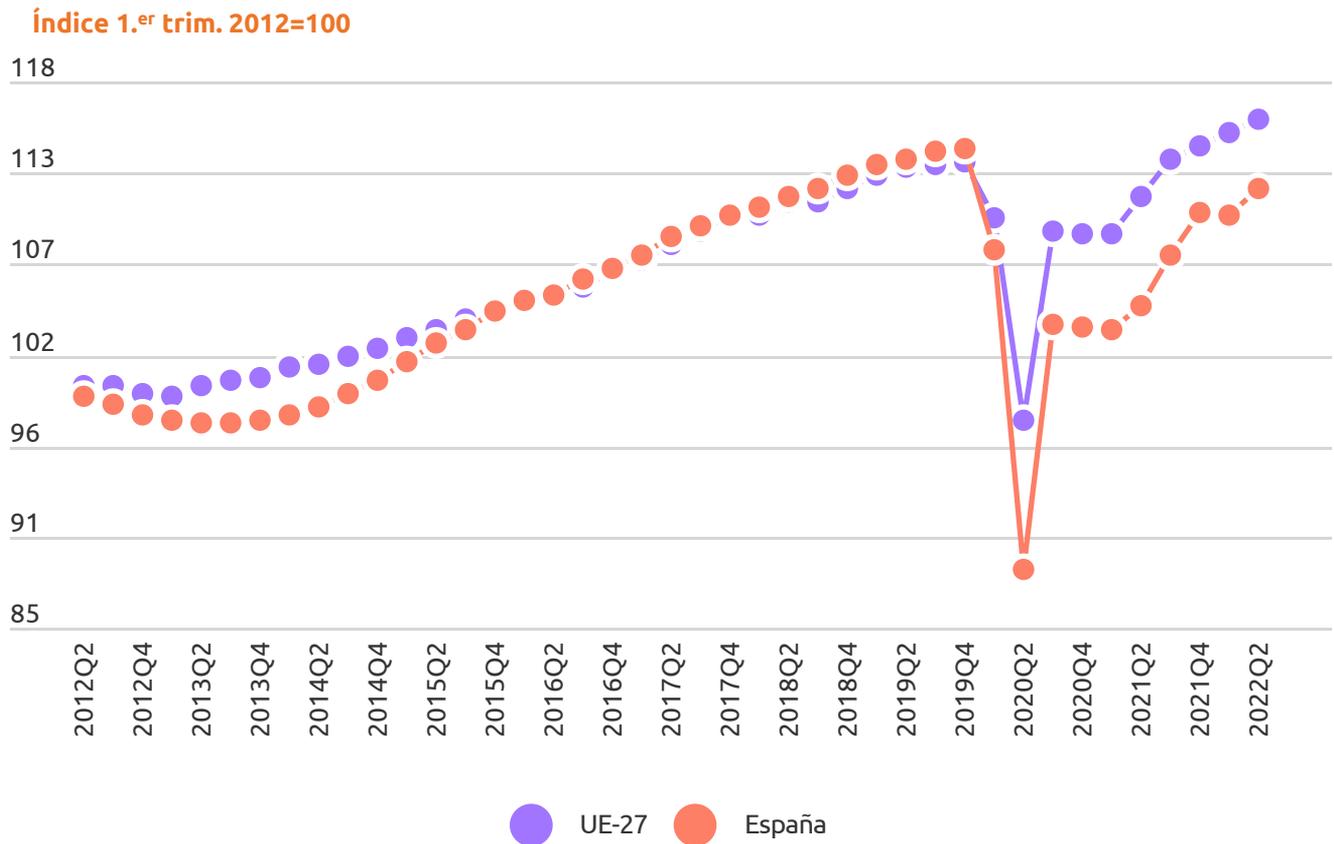
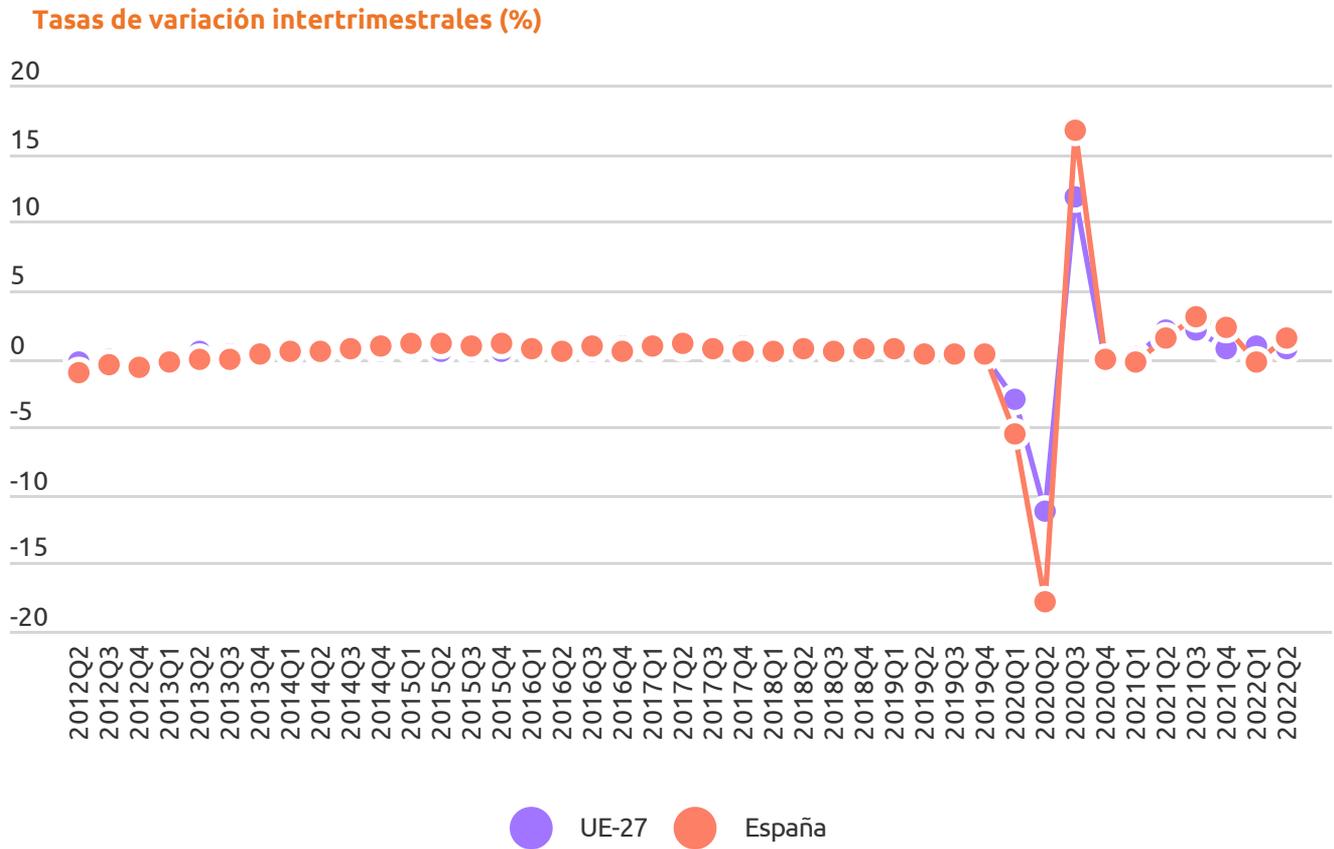
€ Entorno macroeconómico

La campaña 2021/22 comenzó en un entorno económico de recuperación y con expectativas de crecimiento. Así, la vuelta a una actividad económica propia de la prepandemia estaba tensionando los mercados energéticos y congestionando el comercio internacional. Si bien se esperaba que esta circunstancia fuese temporal, la invasión de Rusia a Ucrania anuló cualquier previsión anterior en relación con la energía.

Actualmente, este conflicto bélico no solo está provocando un desastre humanitario, sino también una gran crisis energética y un incremento muy elevado de la inflación. La consecuencia está siendo una desaceleración del crecimiento económico en España y en Europa que, muy probablemente, acabe en recesión. Respecto a la congestión del transporte, esta empieza a dar señales de remisión, lo que afectaría positivamente a la inflación, y junto con la menor demanda daría lugar a una moderación de este índice. No obstante, aún se mantendrá elevado en los próximos meses.

A pesar de la situación geopolítica actual, las previsiones del PIB para 2022 son positivas, con un aumento del 4,3 %, según las últimas estimaciones, y lo seguirán siendo en 2023 (+1,2 %), aunque es probable que se vuelvan a revisar a la baja debido a la desaceleración económica. En la Eurozona, las perspectivas de crecimiento son menos favorables que en España, con un crecimiento del 3,1 % para 2022 y del 0,5 % para 2023 por el efecto de los elevados precios de la energía, una esperada reducción de la demanda y unas mayores restricciones de la política monetaria, según el FMI. No obstante, la evolución de la economía nacional e internacional en los próximos meses va a depender del desarrollo del conflicto bélico y sus consecuencias.



Gráfico 1. Evolución del PIB en la UE y España


Fuente: Eurostat.



Consumo de los hogares

Tras el repunte del consumo en los hogares experimentado durante el inicio de la pandemia, la tendencia de este ha vuelto a la senda descendente. Durante la campaña pasada (2020/21) ya se produjo una contracción del consumo en el hogar debido a la vuelta a la actividad presencial y a la reapertura progresiva del canal horeca.

En 2021/2022, unos hábitos prepandemia y el incremento de los precios han sido los principales responsables de que el volumen de frutas y hortalizas consumidas en los hogares españoles se haya situado por debajo del de la campaña anterior.

Así, se observa un descenso generalizado para la mayoría de los productos que forman parte de la cesta de la compra, según el *Panel de consumo alimentario*, que publica el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Sin embargo, las variaciones en valor muestran una contracción inferior que en volumen, a consecuencia de la inflación anteriormente mencionada. Tan solo la naranja ha disminuido su precio medio aparente respecto a la campaña pasada, debido a las dificultades estructurales mostradas por este sector durante el periodo productivo.



-11,4 %

Caída del consumo general de **frutas** en volumen



-14,1 %

Caída del consumo general de **hortalizas** en volumen

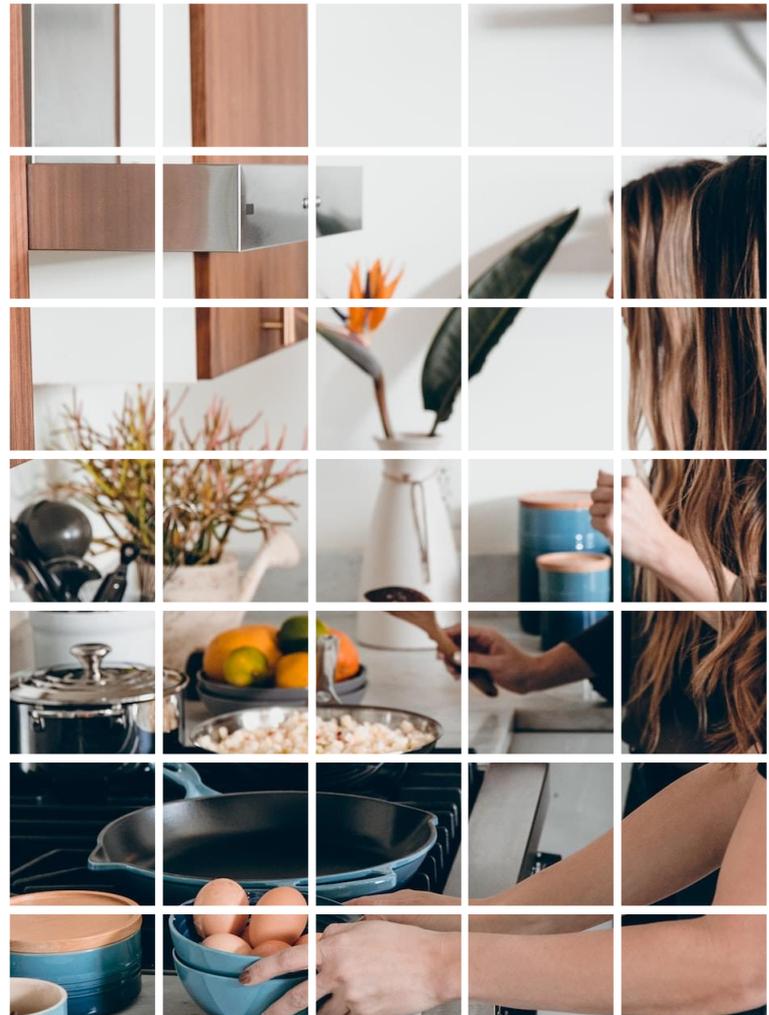


Tabla 1. Comparativa de consumo de frutas y hortalizas en los hogares españoles

	2020/2021			2021/2022		
	Miles de t	Millones de €	Precio aparente	Miles de t	Millones de €	Precio aparente
Frutas frescas	3.992,26	6.904,83	1,73	3.538,81	6.568,27	1,86
Naranjas	703,21	788,41	1,12	632,15	685,81	1,08
Mandarinas	294,78	480,59	1,63	274,18	466,55	1,70
Limonos	105,91	178,28	1,68	89,75	163,89	1,83
Melocotón	91,43	201,43	2,20	78,42	191,55	2,44
Albaricoque	29,19	70,28	2,41	24,33	66,94	2,75
Fresa/fresón	118,98	361,45	3,04	109,30	398,23	3,64
Melón	299,54	350,06	1,17	244,69	308,36	1,26
Sandía	303,12	274,02	0,90	272,98	291,96	1,07
Uva	106,41	307,44	2,89	97,01	298,12	3,07
Hortalizas frescas	2.584,57	5.038,02	1,95	2.218,96	4.518,28	2,04
Tomates	562,67	1.012,96	1,80	492,33	972,88	1,98
Lechuga/endivia	176,94	482,60	2,73	159,03	443,15	2,79
Pimientos	228,19	459,38	2,01	186,54	378,77	2,03
Judías verdes	73,35	232,93	3,18	61,24	211,80	3,46
Coles	70,30	79,40	1,13	57,23	69,39	1,21
	Var. Respecto a la campaña precedente (%)			Var. Respecto a promedio 3 campañas (%)		
	Miles de t	Millones de €	Precio aparente	Miles de t	Millones de €	Precio aparente
Frutas frescas	-11,36	-4,87	7,31	-10,81	0,01	12,26
Naranjas	-10,10	-13,01	-3,24	-13,51	-11,70	2,11
Mandarinas	-6,99	-2,92	4,37	-1,07	8,18	9,47
Limonos	-15,26	-8,07	8,48	-14,66	-7,58	8,52
Melocotón	-14,23	-4,90	10,87	-25,68	-7,17	24,19
Albaricoque	-16,65	-4,76	14,27	-30,49	-14,10	22,73
Fresa/fresón	-8,14	10,18	19,94	-14,69	8,54	26,92
Melón	-18,31	-11,91	7,83	-16,28	-9,69	7,94
Sandía	-9,94	6,55	18,31	-13,28	3,93	19,97
Uva	-8,83	-3,03	6,36	4,89	16,99	12,01
Hortalizas frescas	-14,15	-10,32	4,46	-12,72	-7,37	6,20
Tomates	-12,50	-3,96	9,77	-13,60	-2,07	13,37
Lechuga/endivia	-10,12	-8,18	2,17	-8,32	-7,17	1,25
Pimientos	-18,26	-17,55	0,87	-15,09	-13,10	2,46
Judías verdes	-16,51	-9,07	8,91	-18,31	-12,22	7,57
Coles	-18,60	-12,61	7,36	-15,36	-11,57	4,36

Fuente: Panel de Consumo Alimentario (MAPA).

En términos per cápita, las cantidades consumidas han seguido la misma tendencia descendente que las cifras totales, situándose mes a mes por debajo de los volúmenes adquiridos en los hogares durante 2020/21. Sin embargo, se observa como el gasto per cápita a partir de abril ha ido creciendo hasta situarse en julio en un 2,5 % por encima del gasto incurrido en el mismo mes del año pasado a consecuencia del incremento de la inflación.

La contracción del consumo per cápita de frutas y hortalizas durante la campaña 2021/2022 se ha cuantificado en un -12,7 % y del gasto en un -7,6 %.

Consumo y gasto per cápita | Frutas



Consumo
76,3 kg



Gasto
141,6 €

Consumo y gasto per cápita | Hortalizas



Consumo
47,8 kg

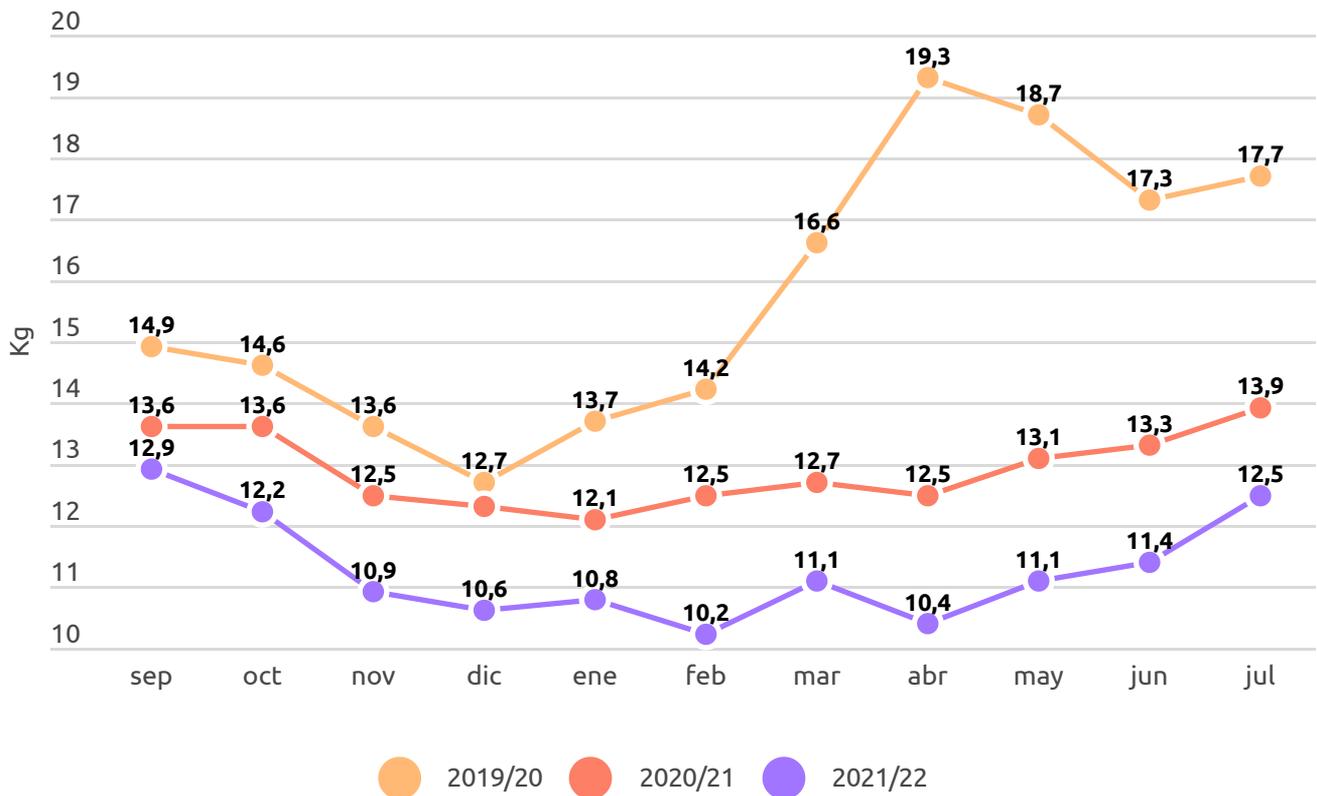


Gasto
97,4 €

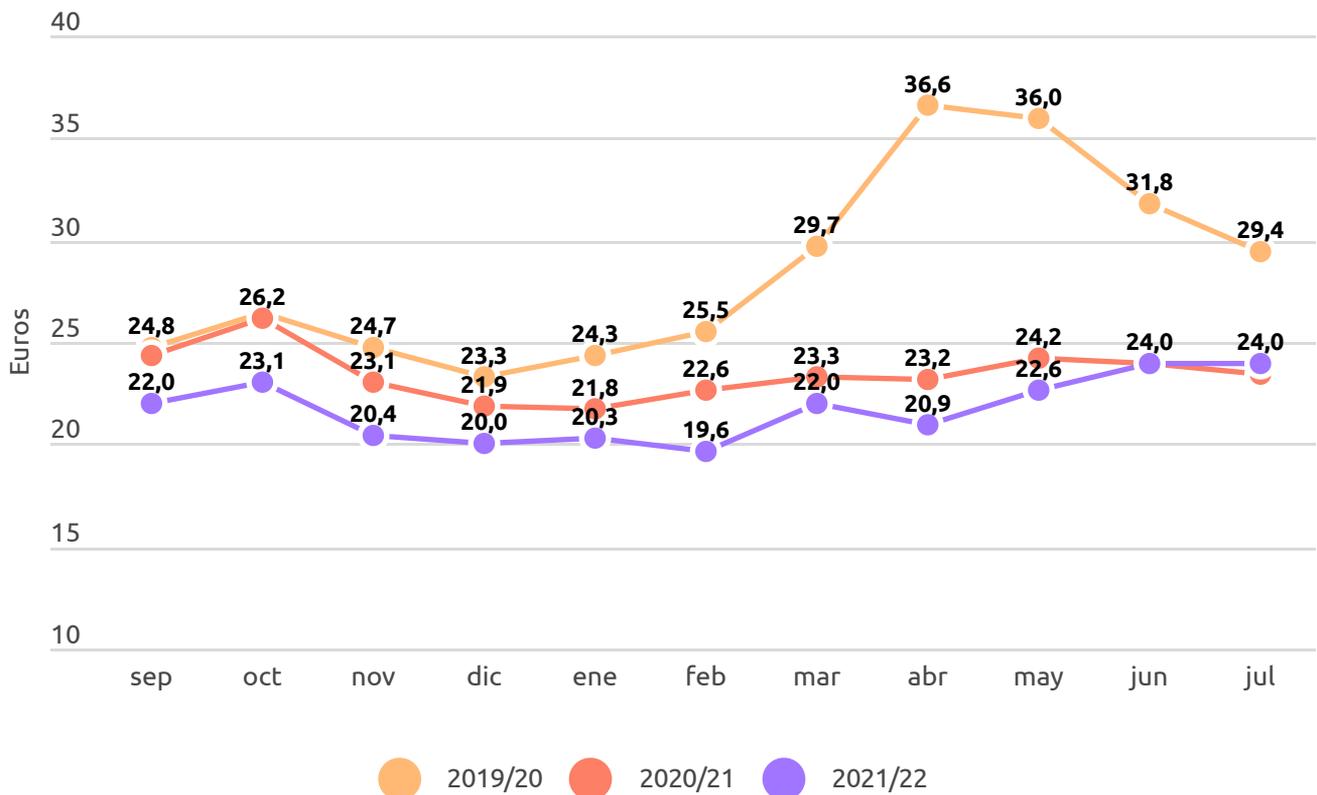


Gráfico 2. Evolución mensual del consumo y del gasto per cápita de frutas y hortalizas en los hogares españoles*

Consumo per cápita. En kg

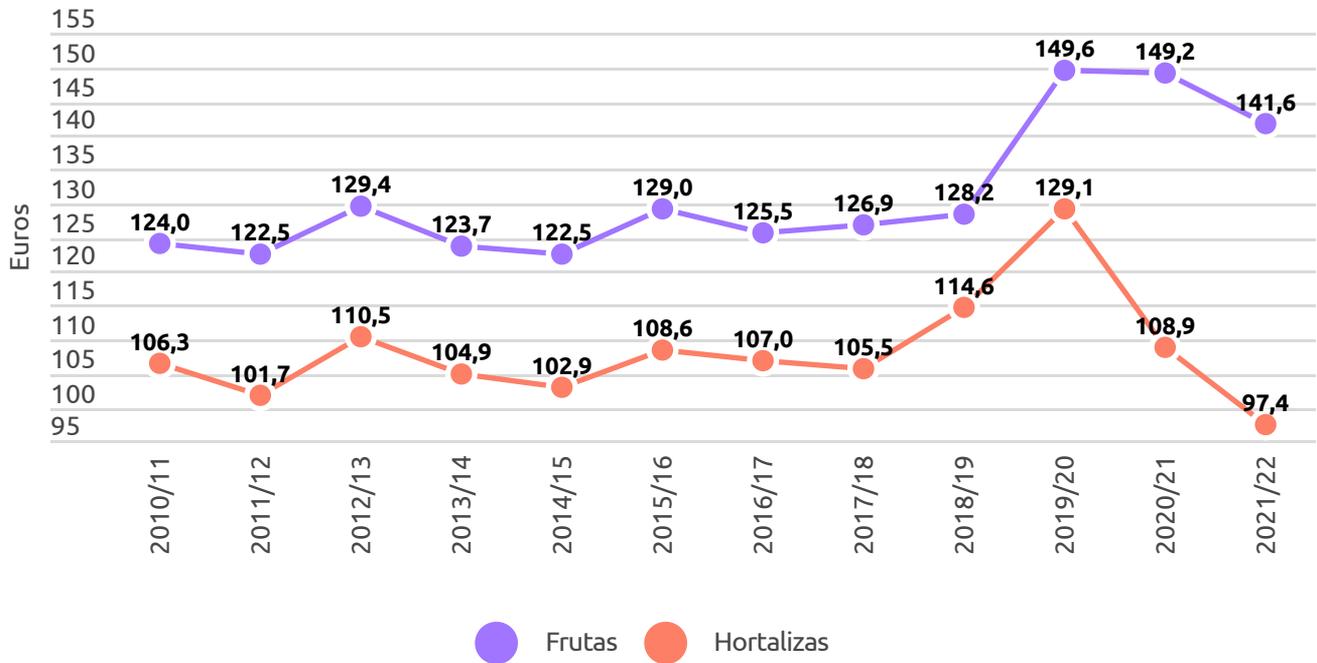


Gasto per cápita. En euros



Fuente: Panel de Consumo Alimentario (MAPA).

Gráfico 3. Gasto per cápita de frutas y hortalizas en los hogares españoles por campañas*



* De septiembre a julio.

Fuente: Panel de Consumo Alimentario (MAPA).

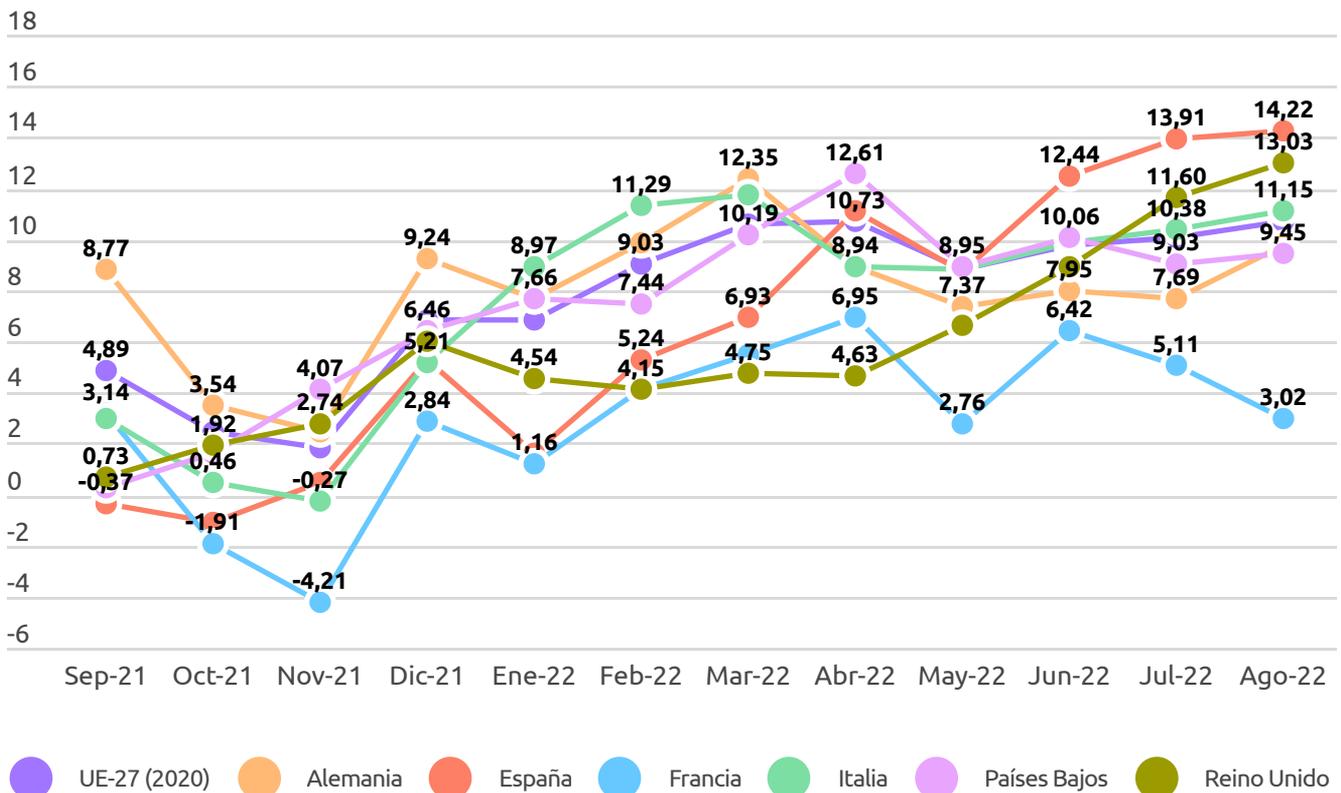
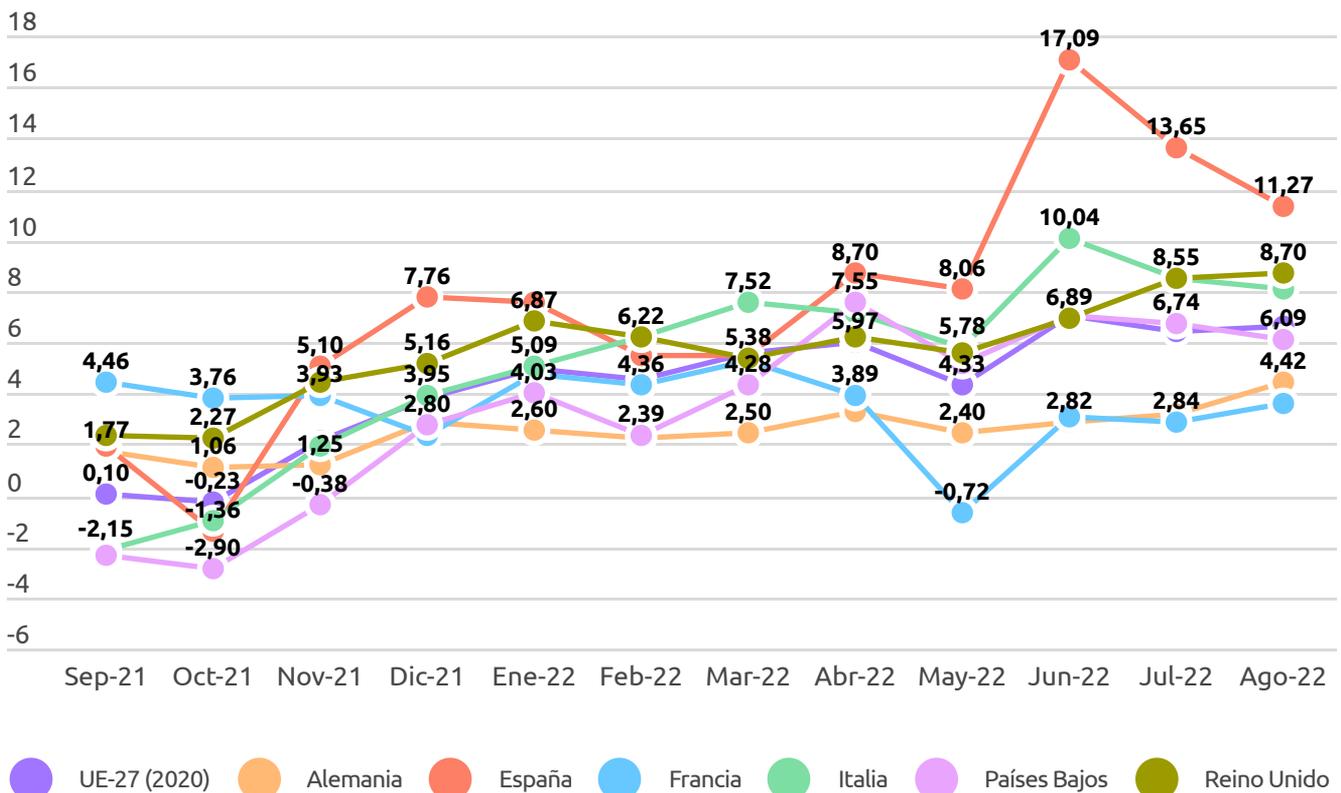
Analizando el índice de precios al consumo armonizado (IPCA) que publica Eurostat, el precio de las frutas y hortalizas en 2021/22 comenzó a subir a partir del mes de octubre y no ha parado de crecer desde entonces hasta el final del periodo analizado.

El contexto económico internacional y las consecuencias del conflicto bélico han influido en la tendencia creciente de los precios. Entre ellas, el continuo incremento que han experimentado los costes de los insumos de producción.

Por países, España se ha caracterizado por presentar el aumento más acusado con valores superiores a la UE-27 y al resto de países analizados a partir de mayo tanto en frutas como en hortalizas. En Alemania, nuestro principal destino de exportación, la inflación en las frutas ha presentado un comportamiento más estable, situándose por debajo del conjunto de la Unión.

Sin embargo, ha comenzado una tendencia ascendente en los meses de julio y agosto. Francia ha conseguido atenuar el aumento de los precios a partir de marzo, situándose al final de la campaña en unos niveles inferiores a los de Alemania.

Respecto a la evolución del IPCA en el grupo de las hortalizas, destaca la inflación en Alemania que, al contrario que en las frutas, se ha mantenido elevada durante todo el periodo, aunque con cierta moderación de los precios a partir de abril. Otro incremento destacable ha sido el experimentado por Reino Unido desde marzo hasta agosto, que casi alcanza los valores españoles en este último mes. En el lado opuesto se han situado los precios en Francia, que han sido los más bajos durante casi toda la campaña, manifestando el comportamiento más estable tanto en frutas como en hortalizas.

Gráfico 4. Evolución del IPCA. Tasas de variación interanual
Hortalizas frescas

Frutas frescas


Fuente: Eurostat.

2. Marco climatológico



Temperaturas

Las temperaturas medias durante la campaña han sido cálidas por tercer año consecutivo. Sin embargo, los registros medios de temperatura en noviembre, febrero y abril se han situado por debajo de los que tuvieron lugar en la campaña pasada. Estos registros, sin provocar daños en los cultivos, sí que han ralentizado el ritmo de crecimiento y producción. Esta circunstancia, junto con las lluvias primaverales, ha afectado positivamente a las cotizaciones de las frutas y hortalizas producidas en la provincia como se verá más adelante.

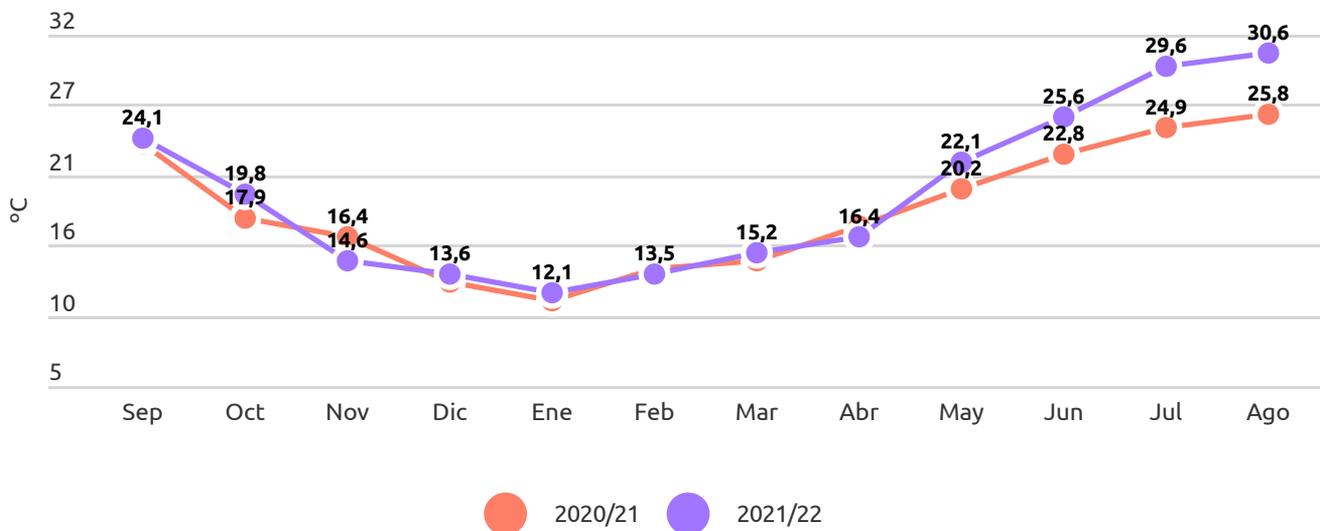
En noviembre la temperatura media fue un 11,2 % inferior a la registrada en 2020/21. Sin embargo, las temperaturas mínimas más bajas se alcanzaron durante las dos primeras semanas de enero y febrero, oscilando entre los 6-7 °C. Por el contrario, los meses más cálidos respecto a 2020/21 han sido octubre (+10,9 %), mayo (+9,1 %), junio (+12,4 %) y julio (+18,6 %).

Las temperaturas más frías registradas en noviembre, febrero y abril han regulado la producción

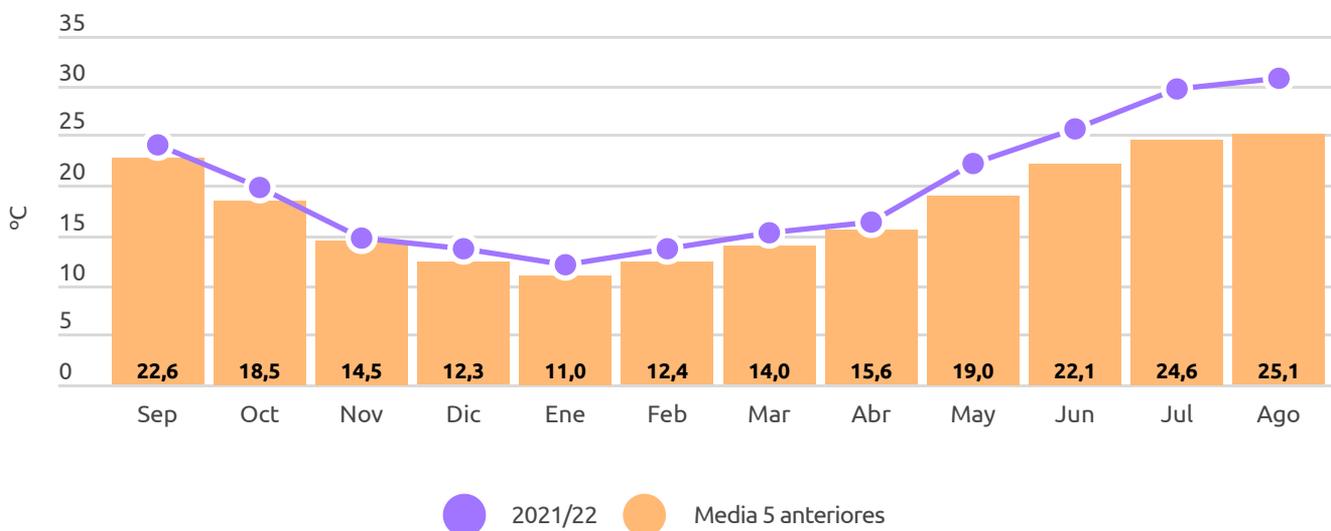


Gráfico 5. Temperaturas medias

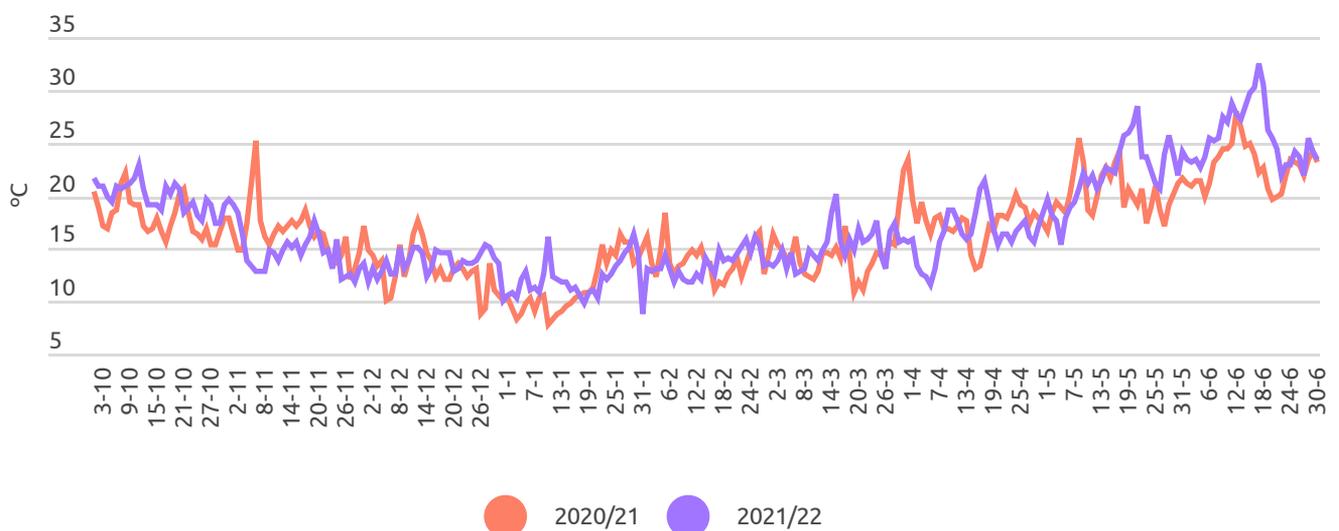
Mensuales | Comparación de la campaña 2021/22 con la 2020/21



Mensuales | Comparación de la campaña 2021/22 con la media de las 5 anteriores



Diarias entre octubre y junio | Campañas 2021/22 y 2020/21



Fuente: Fundación Cajamar.



Pluviometría

La campaña 2021/22 ha sido la más lluviosa de las 10 últimas, con un total de 338,5 l/m². No obstante, la campaña objeto de estudio presentó un otoño seco, más aún que 2020/21, que se caracterizó por sus escasas lluvias. Concretamente, el volumen de precipitaciones caídas fue un -71,3 % inferior a la campaña anterior. Sin embargo, el déficit de los primeros meses del periodo ha sido compensado por las lluvias primaverales, que han sido muy abundantes, registrándose de marzo a mayo el 91,8 %, del total.

Las precipitaciones registradas durante 2021/22 han sido de 338,5 l/m², el registro más alto de los últimos 10 años

Marzo ha sido el mes más lluvioso con un registro de 144,3 l/m², afectando al desarrollo de los cultivos de primavera más tempranos, especialmente melón, sandía y lechuga, no solo por las lluvias, sino por la calima y los días nublados que afectaron a la polinización y a la calidad de estos productos.

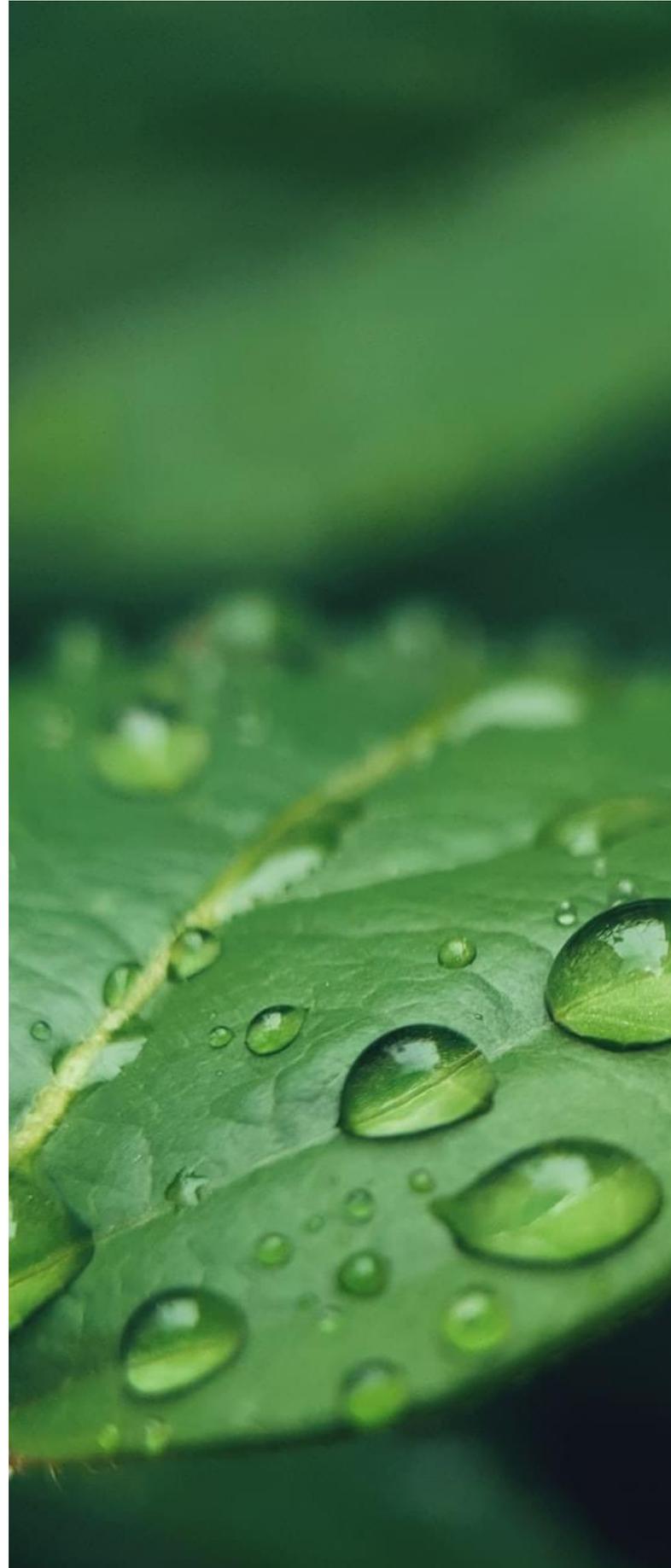
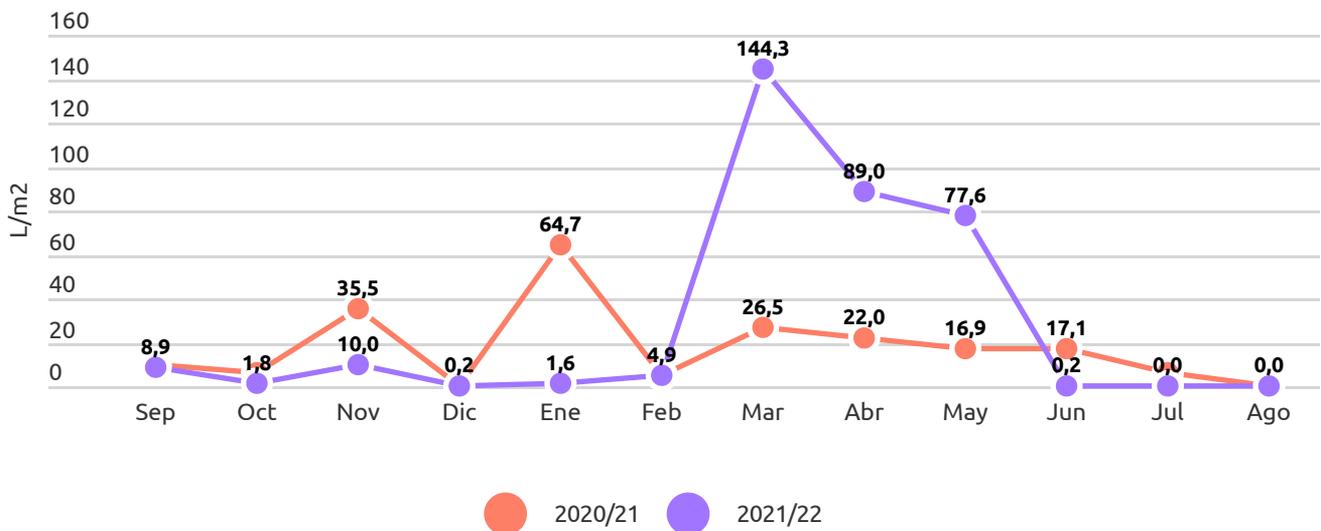
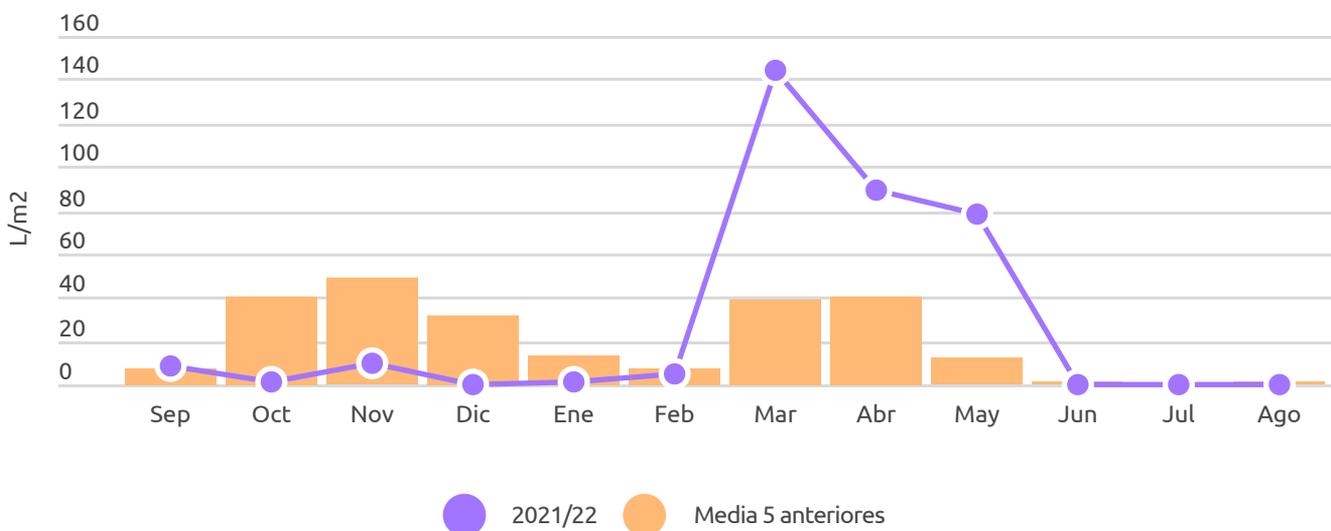


Gráfico 6. Precipitaciones por meses

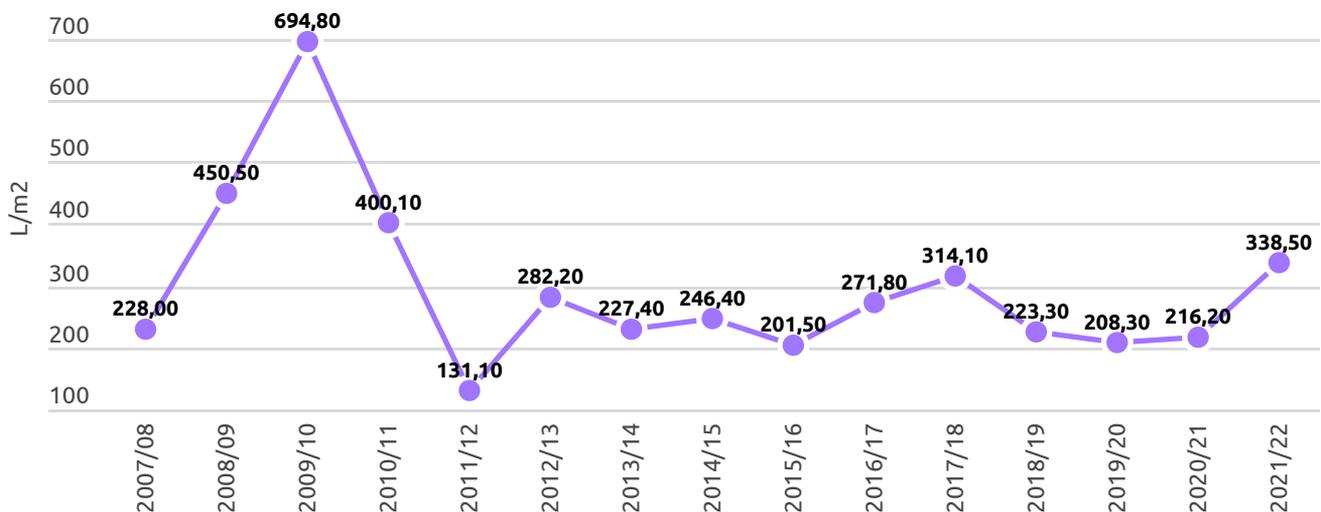
Por meses | Comparación de la campaña 2021/22 con 2020/21



Por meses | Comparación de la campaña 2021/22 con la media de las 5 anteriores



Histórico de precipitaciones por campaña



Fuente: Fundación Cajamar.

3. Aspectos productivos



Plásticos

Al inicio de la campaña el desajuste entre la reactivación de la economía y la oferta de las materias primas y de los productos industriales mantuvo el precio del petróleo en niveles elevados.

En aquel momento, las expectativas eran de normalización del mercado y de los precios en el medio plazo.

Sin embargo, la guerra en Ucrania ha provocado un nuevo desequilibrio, que se ha traducido en un repunte de la cotización del barril de Brent, que superó los 122 dólares/barril en marzo. Este aumento se ha traducido en un nuevo incremento del coste de la partida de plásticos.

El reciente anuncio de la OPEP+, en octubre de 2022, de volver a reducir la oferta petrolera a partir de noviembre, añadirá aún más tensión al mercado en el corto plazo y, por tanto, se prevé que los precios del crudo y sus derivados se mantengan elevados en los próximos meses.



+12,9 %

Aumento del precio del plástico

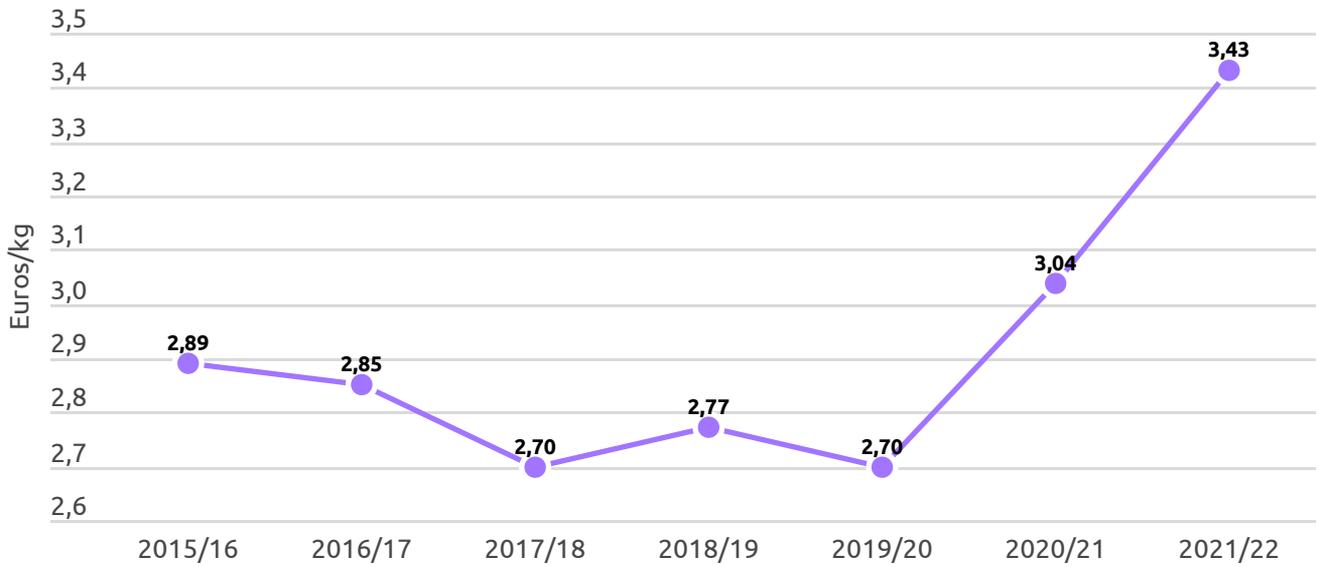


3,4 €/kg

Precio medio alcanzado

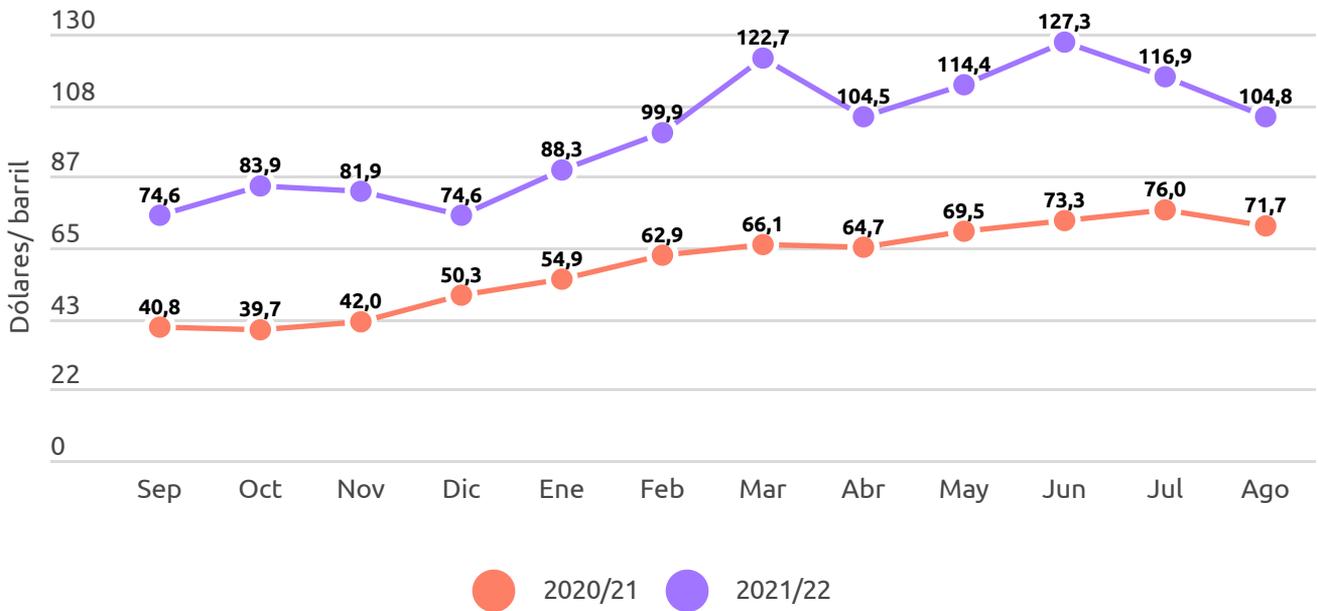


Gráfico 7. Evolución del precio del plástico para cultivo en invernaderos



Fuente: Fundación Cajamar y empresas del sector.

Gráfico 8. Evolución del precio medio por campaña del petróleo Brent con origen en el mar del Norte



Fuente: Banco de España.

Energía

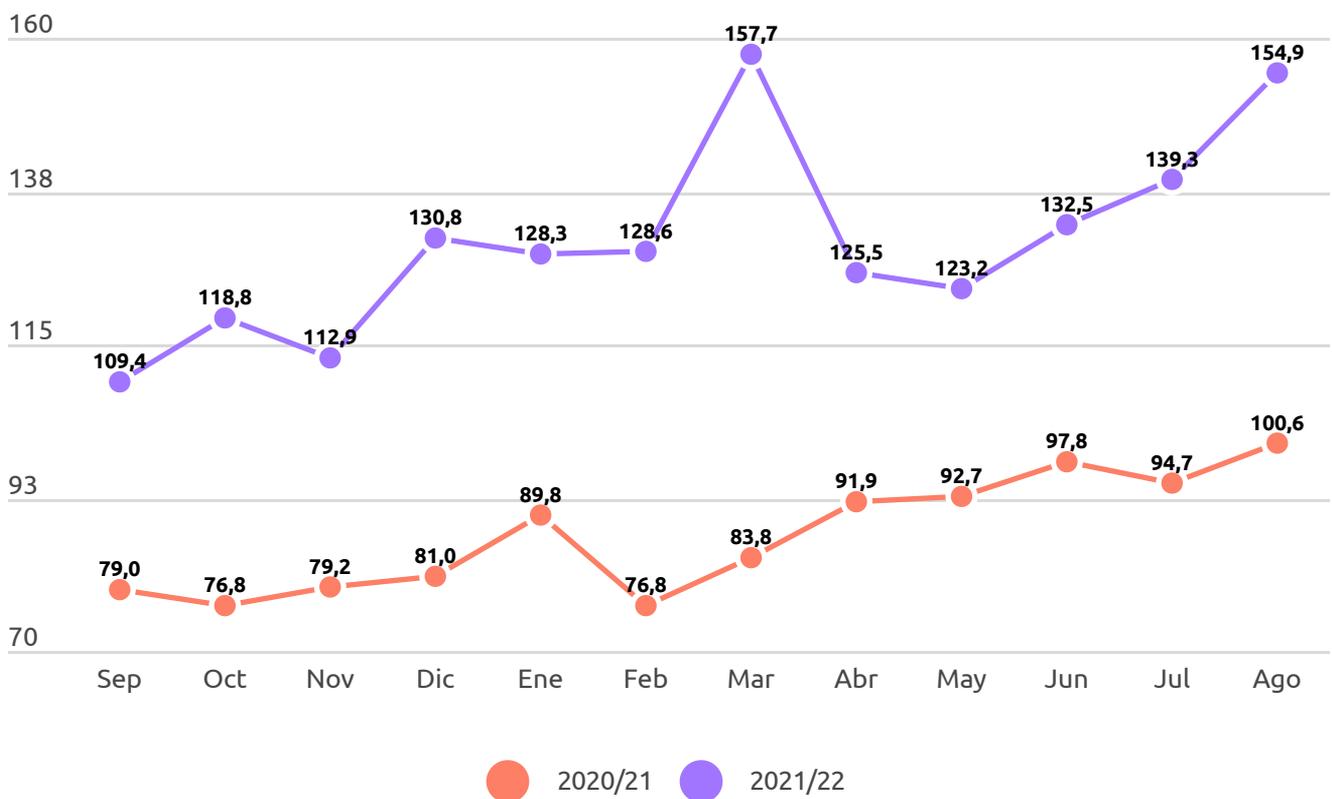
Durante 2021/22, el precio de la electricidad ha sufrido grandes subidas, haciendo que el coste de esta partida aumente un +49,6 %. Al inicio de la campaña, los precios de la energía y de la electricidad se encontraban en niveles elevados

debido a los efectos de la transición energética y al crecimiento de la demanda tras la ralentización de la actividad económica durante la pandemia. Esta situación de altos precios se ha visto agravada por la guerra en Ucrania.



+49,6 %
Aumento promedio estimado

Gráfico 9. Evolución del índice de precios al consumo de la energía en Almería (campañas 2020/21 y 2021/22)



Fuente: INE.



Mano de obra

La tendencia en las contrataciones del sector agrícola de Almería muestra un crecimiento lento y constante. Así, el número de personas afiliadas durante 2021/22 se ha correspondido con 74.674 trabajadores y un incremento del 0,8 %, porcentaje similar al de las dos campañas anteriores.



74.674 personas

Afiliados en el sector agrario de la provincia de Almería según media mensual durante 2021/22*



+0,8 %

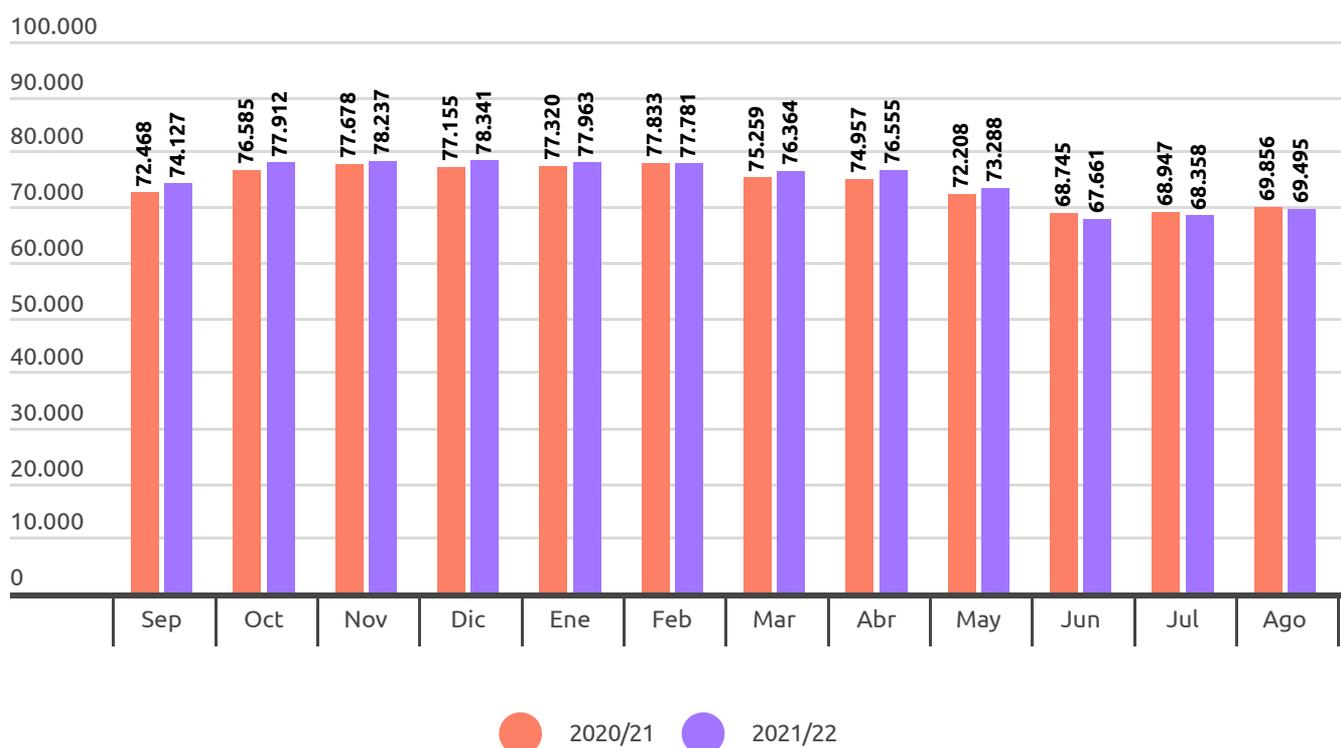
Más que en la campaña anterior

** Información suministrada por el Ministerio de Trabajo y Economía Social y la Tesorería General de la Seguridad Social, suma de los trabajadores dados de alta en los diferentes regímenes.*

Según los datos publicados por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, la afiliación ha aumentado más:

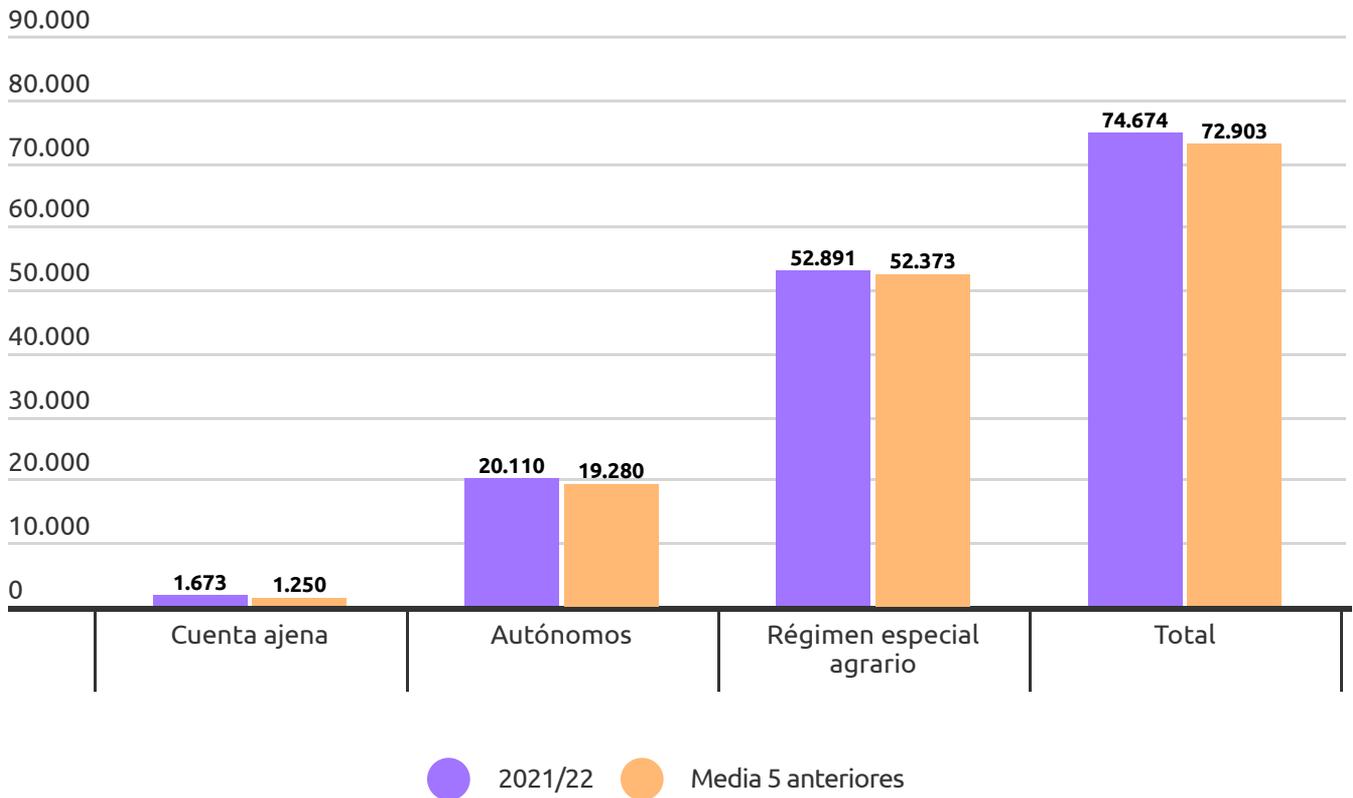
- ▶ Al inicio del periodo productivo, con un mayor número de personas dadas de alta tanto por cuenta ajena como en el régimen de autónomos, y
- ▶ En los meses de primavera, cuando el incremento se ha debido a una mayor contratación de trabajadores por cuenta ajena.

Gráfico 10. Número de trabajadores afiliados en la Seguridad Social por meses (campañas 2020/21 y 2021/22)



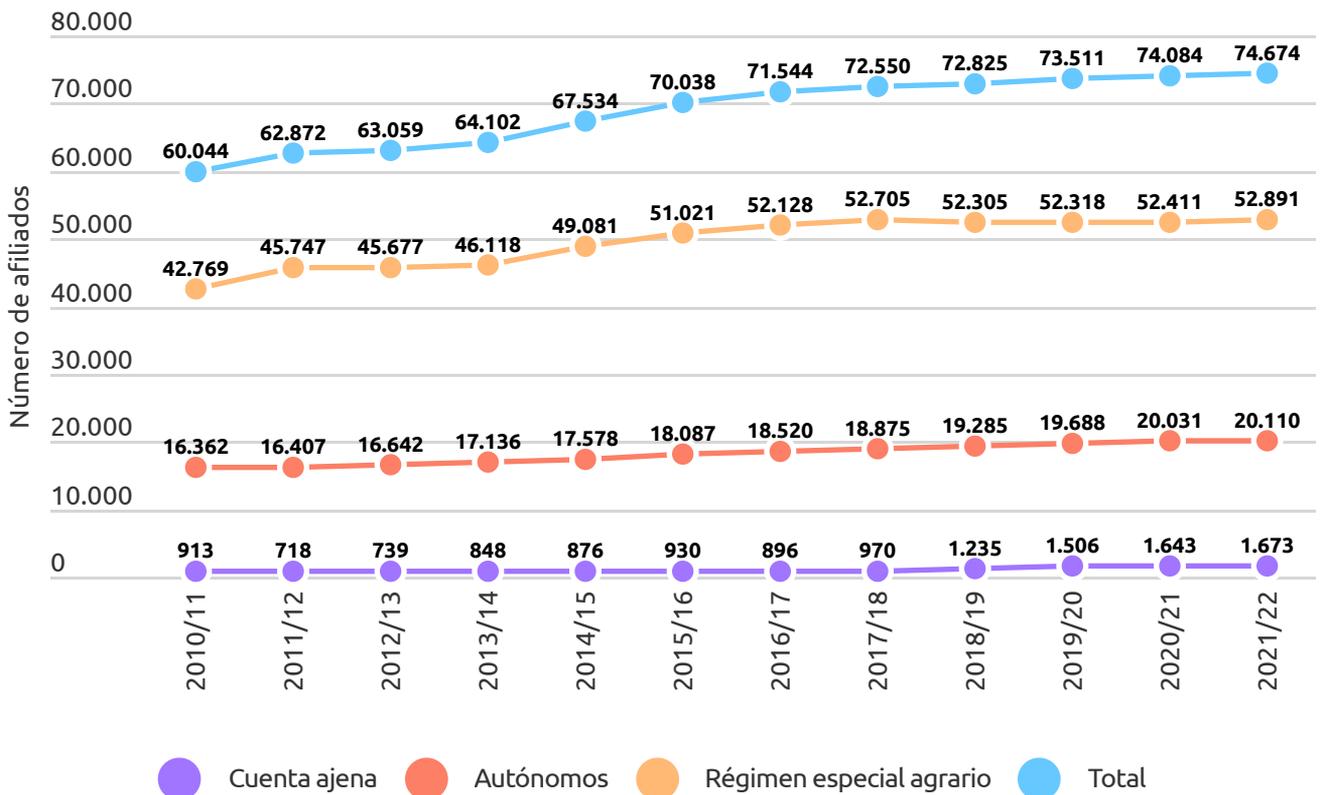
Fuente: Ministerio de Trabajo y Economía Social y la Tesorería General de la Seguridad Social.

Gráfico 11. Comparación de trabajadores afiliados en la Seguridad Social de la campaña actual con la media de las 5 anteriores



Fuente: Ministerio de Trabajo y Economía Social y la Tesorería General de la Seguridad Social.

Gráfico 12. Evolución de la afiliación a la Seguridad Social en el sector agrario almeriense por campañas y regímenes



Fuente: Ministerio de Trabajo y Economía Social y la Tesorería General de la Seguridad Social.

El peso de los trabajadores extranjeros respecto al total de trabajadores en el sector continúa aumentando, habiéndose estimado para esta campaña en un 68,5 %, según los datos de Afiliación a la Seguridad Social a 31 de diciembre.

El colectivo más numeroso continúa siendo el marroquí, que representa el 55,1 % de los trabajadores. Las zonas de origen que más han aumentado en este periodo han sido Mali (+9,5 %) y Senegal (+19,3 %). Sin embargo, se observa un retroceso en el número de los procedentes de Rumanía (-7,5 %).



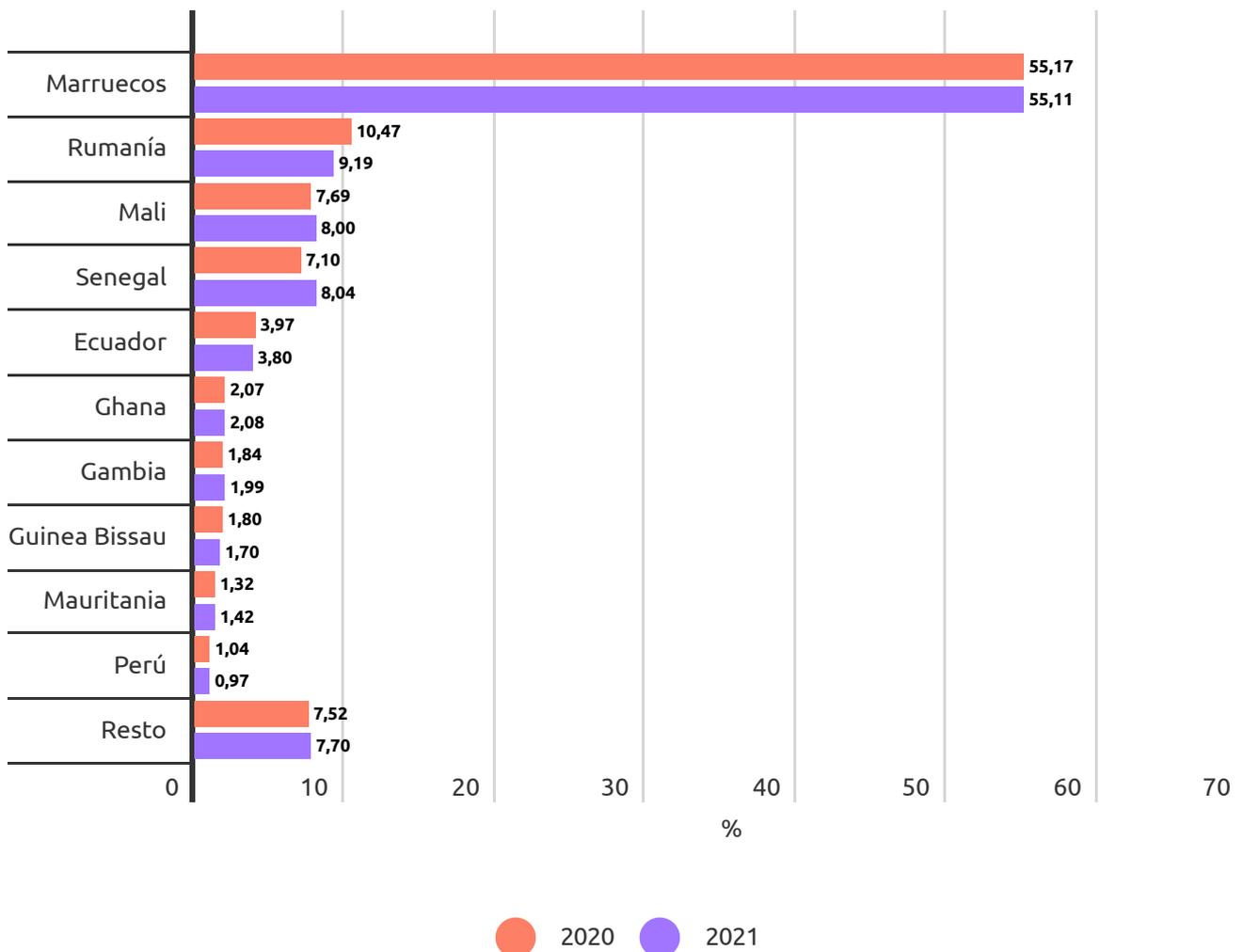
68,5 %

Total de trabajadores extranjeros



Tendencia creciente de trabajadores procedentes de Mali y Senegal

Gráfico 13. Número de trabajadores extranjeros afiliados en la Seguridad Social a 31 de diciembre de 2020 y 2021



Fuente: Ministerio de Trabajo y Economía Social y la Tesorería General de la Seguridad Social.

La partida de mano de obra ha sido un 5,5 % superior a la de 2020/21. El aumento de este coste tiene su origen en las dos actualizaciones más recientes del salario mínimo interprofesional (SMI) en septiembre de 2021 y a partir de enero de 2022.



+5,5 %

Aumento de la partida de costes de mano de obra para el conjunto de la campaña





Agua y semillas

En la campaña 2021/22



Agua

+ 8,4 % es el incremento de su coste debido a:

► La escalada de precios de la energía, ya que está condicionada por la revisión de contratos entre las comunidades de regantes y las comercializadoras de electricidad, por lo que este coste podría haber sido mayor.

Es probable que el fuerte aumento de las cotizaciones de la energía quede reflejado en el precio del agua en la próxima campaña 2022/23.



Semillas

+ 4,7 % es el incremento del coste* de las semillas debido a:

► El esfuerzo realizado por las empresas del sector en inversión para el desarrollo de nuevas variedades que se ajusten a las demandas de agricultores y consumidores.

Los productos que han experimentado un mayor crecimiento en el precio de las semillas han sido: calabacín, pimiento y sandía, mientras que el coste de las de berenjena se ha mantenido muy estable.

* Promedio ponderado por superficie de cultivo según especie vegetal.

Tabla 2. Evolución del precio medio de las semillas por especies. Media de campañas 2016/17-2018/19=100

		2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22
	Berenjena	98,4	100,7	100,9	103,5	102,2	102,3
	Calabacín	98,8	103,8	97,4	111,0	113,4	123,5
	Judía	105,8	106,4	87,9	97,4	98,4	100,6
	Melón	100,2	101,4	98,4	102,7	102,6	105,5
	Pepino	102,4	98,4	99,2	101,6	103,9	106,1
	Pimiento	99,7	99,0	101,3	102,4	104,3	108,9
	Sandía	91,8	102,9	105,3	116,1	117,3	126,2
	Tomate	93,1	103,2	103,7	108,7	111,2	112,7

Fuente: empresas de semillas y del sector. Elaboración propia.



Control biológico



Durante la campaña 2021/22 se han cultivado con estas técnicas de control de plagas un total de 26.739 hectáreas, lo que supone la cifra más alta desde que comenzase a implantarse de forma generalizada el uso de insectos auxiliares en 2007/08.

Respecto al coste del empleo de control biológico para las diferentes especies cultivadas, este se ha mantenido muy estable para melón, sandía, judía y tomate. Sin embargo,

ha aumentado en pimiento (+7,6 %), berenjena (+5,2 %) y pepino (+4,2 %). El único retroceso se ha producido en las estrategias empleadas en calabacín (-7,9 %), aunque sigue siendo la hortaliza que más ha crecido desde 2007/08.

La mayor superficie cultivada con estas técnicas también ha contribuido al incremento el coste medio por hectárea de esta partida, estimado en un +7,1 % respecto a 2020/21 con un gasto medio de 1.267 euros/ha.

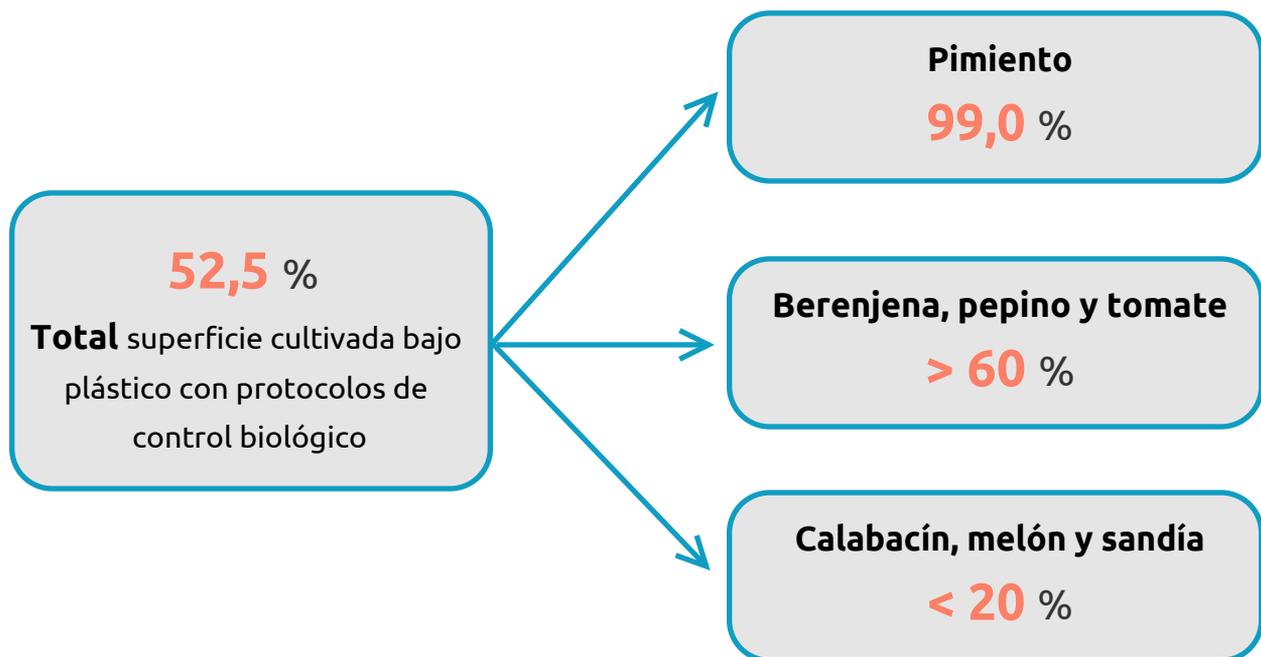
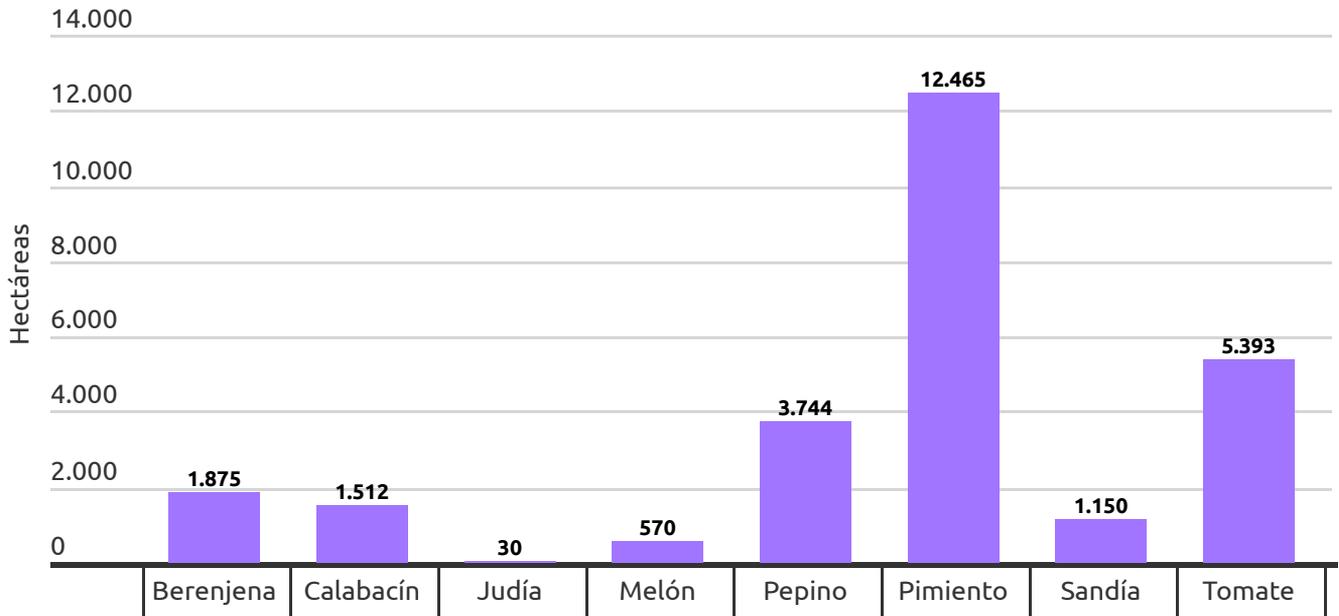
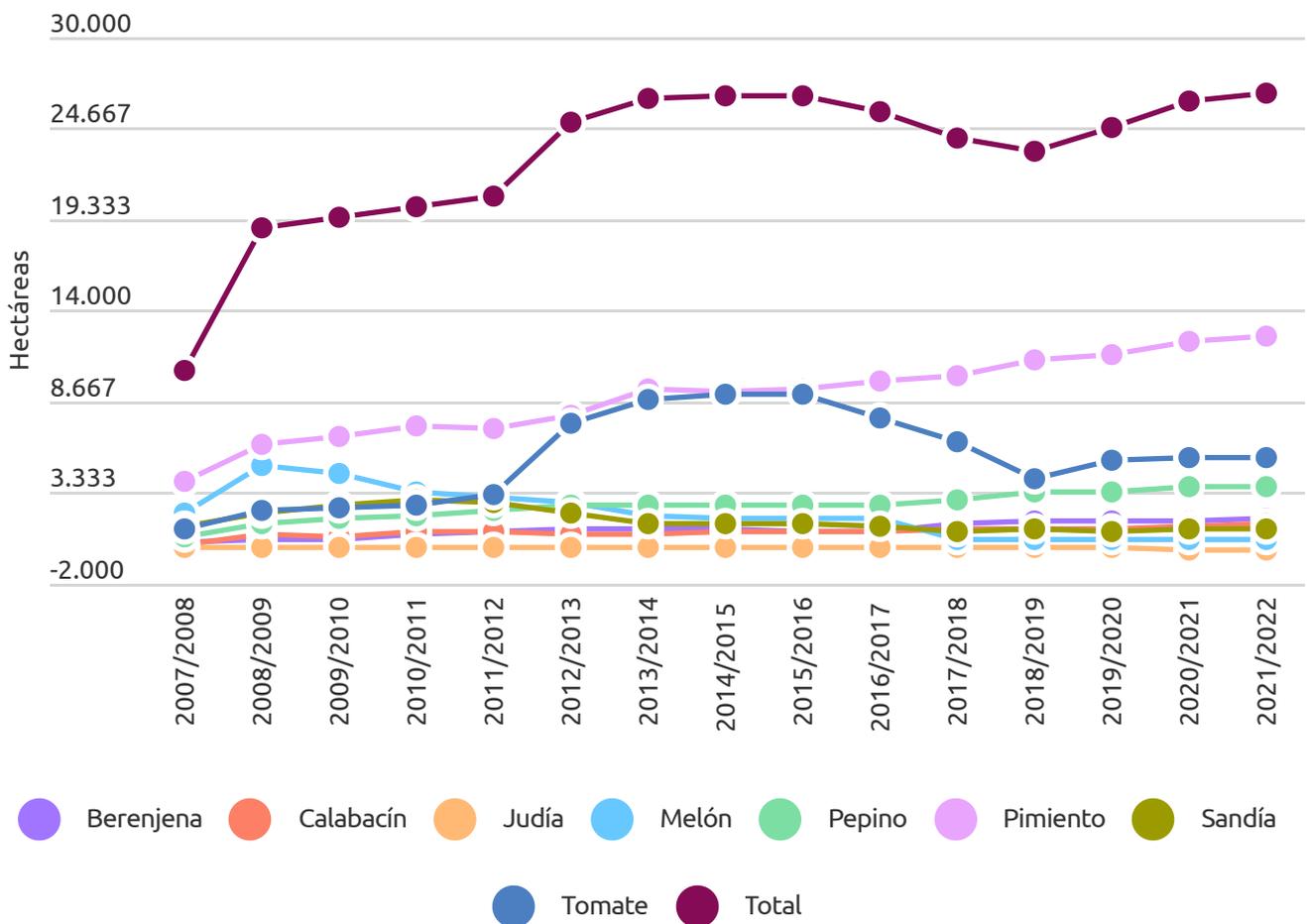


Gráfico 14. Uso del control biológico por cultivos (2021/22)



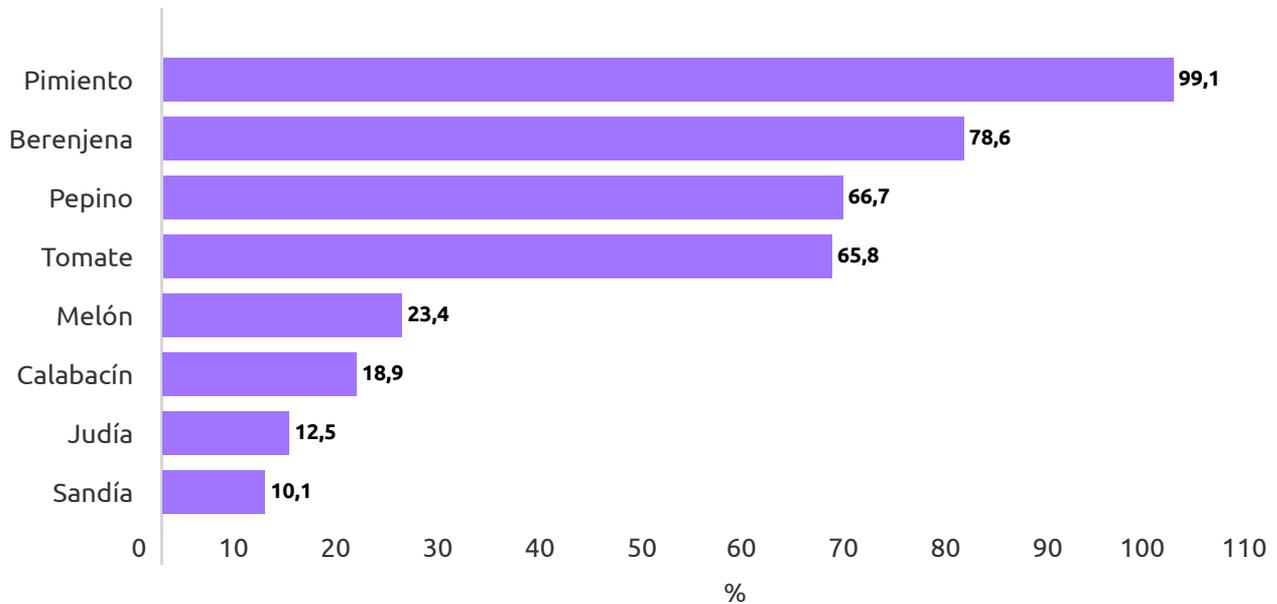
Fuente: Delegación Provincial de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía.

Gráfico 15. Evolución de la superficie cultivada bajo técnicas de control biológico por especies registrada en la provincia de Almería y del total



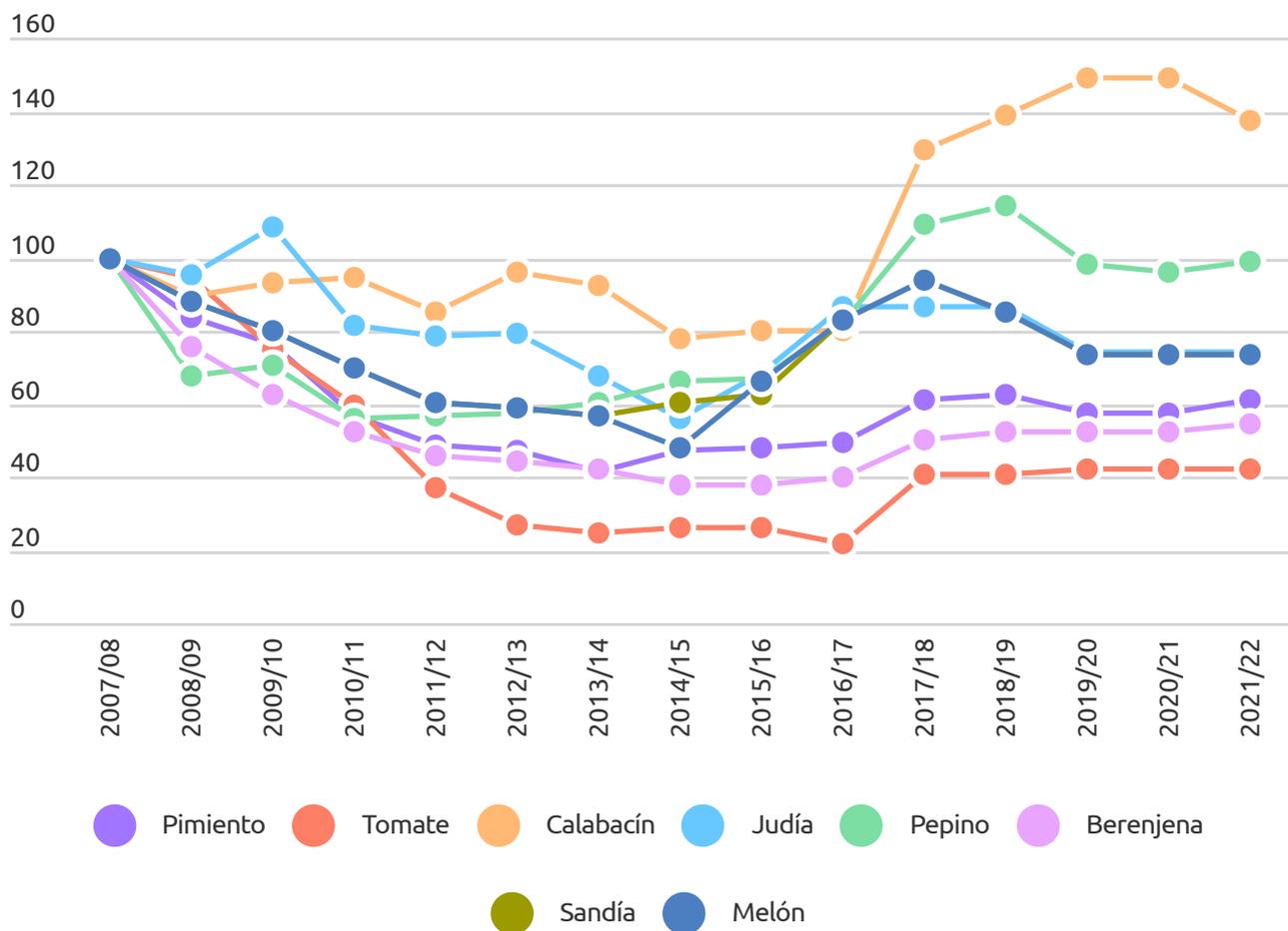
Fuente: Delegación Provincial de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía.

Gráfico 16. Cuota de control biológico sobre superficie plantada en la campaña 2021/22 por productos



Fuente: Delegación Provincial de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, SOIVRE y empresas del sector.

Gráfico 17. Evolución del precio promedio de las estrategias de control biológico por cultivos (2007/08=100)



Fuente: empresas del sector.

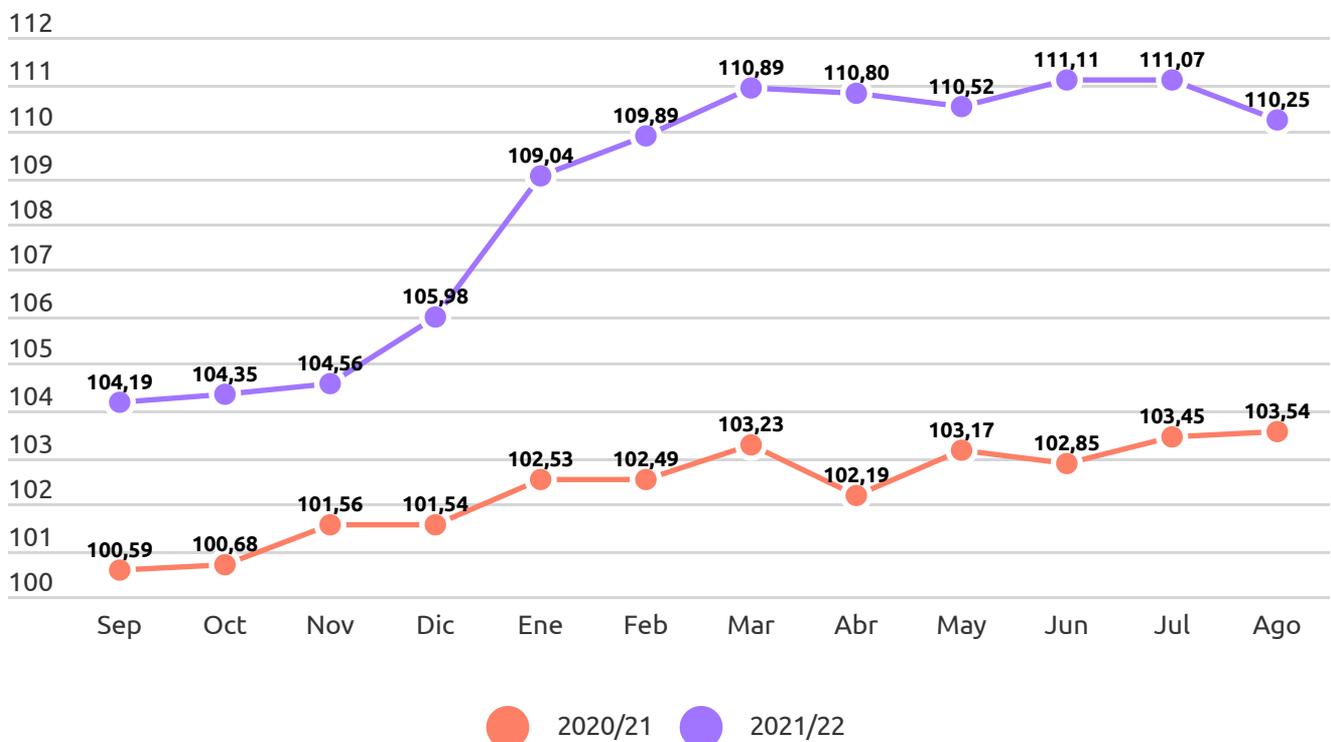


Fitosanitarios

El índice de precios industriales para la fabricación de pesticidas y otros productos agroquímicos no ha parado de crecer desde la campaña pasada, lo que ha provocado un incremento de la partida de fitosanitarios del +6,1 % en 2021/22. Se espera que este índice continúe creciendo en los próximos

meses, a pesar de ser menos dependiente de las cotizaciones energéticas que otras partidas como la de fertilizantes. No obstante, la evolución de este coste de producción y de la mayoría de los demás van a depender del desenlace del conflicto bélico en el medio plazo.

Gráfico 18. Evolución del índice de precios industriales de la fabricación de pesticidas y otros productos agroquímicos. Base 2015



Fuente: INE.



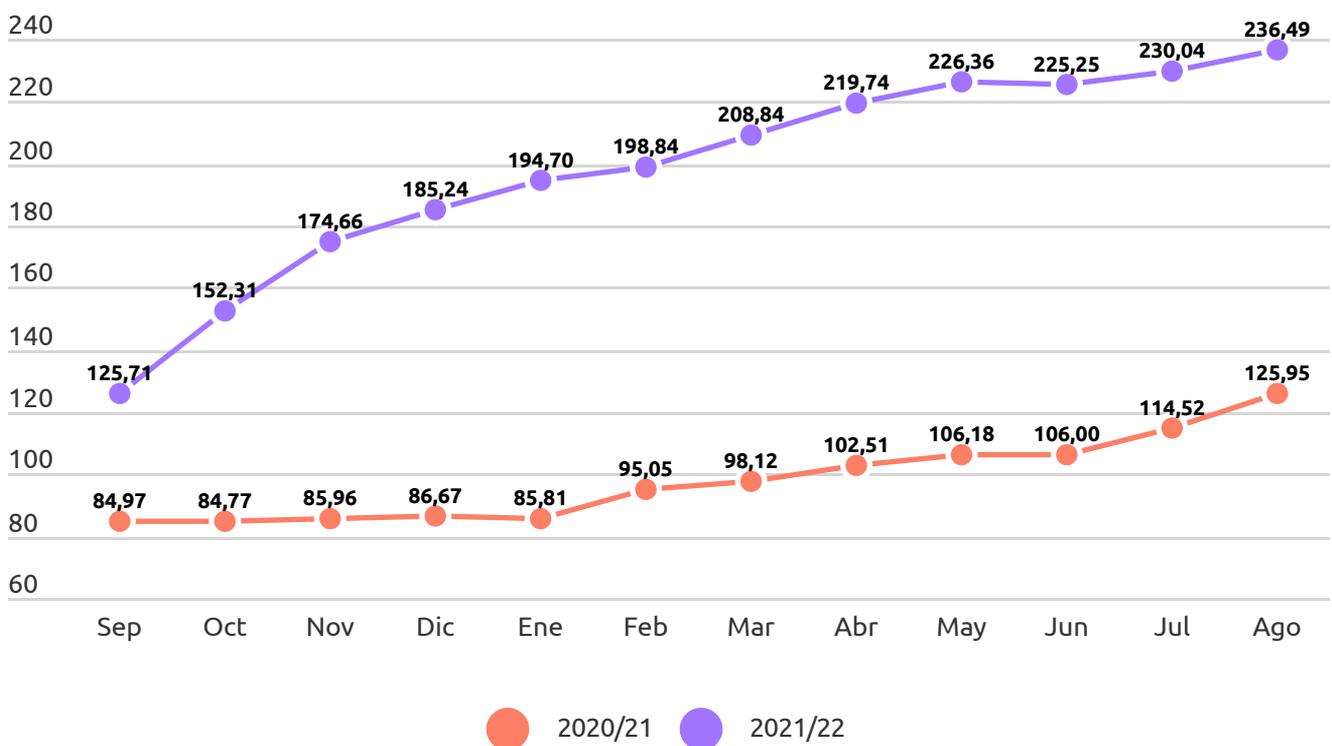
Fertilizantes

Durante 2021/22, el incremento de las cotizaciones del gas y de la electricidad han afectado a la capacidad productiva de las empresas productoras que, junto con la menor importación procedente de Rusia y Ucrania, han provocado un encarecimiento de esta partida de gasto. Y es que el precio de los fertilizantes es altamente dependiente de la marcha de los mercados energéticos, ya que el gas natural se emplea en la producción de estos productos,

especialmente los nitrogenados. Esto ha supuesto que se duplique el desembolso realizado por los agricultores en esta campaña (+102,1%).

Al igual que en el caso de los fitosanitarios, el desarrollo de la guerra en Ucrania y sus consecuencias van a ser determinantes en la evolución de esta partida durante 2022/23.

Gráfico 19. Evolución del índice de precios industriales de la fabricación de fertilizantes y compuestos nitrogenados. Base 2015



Fuente: INE.



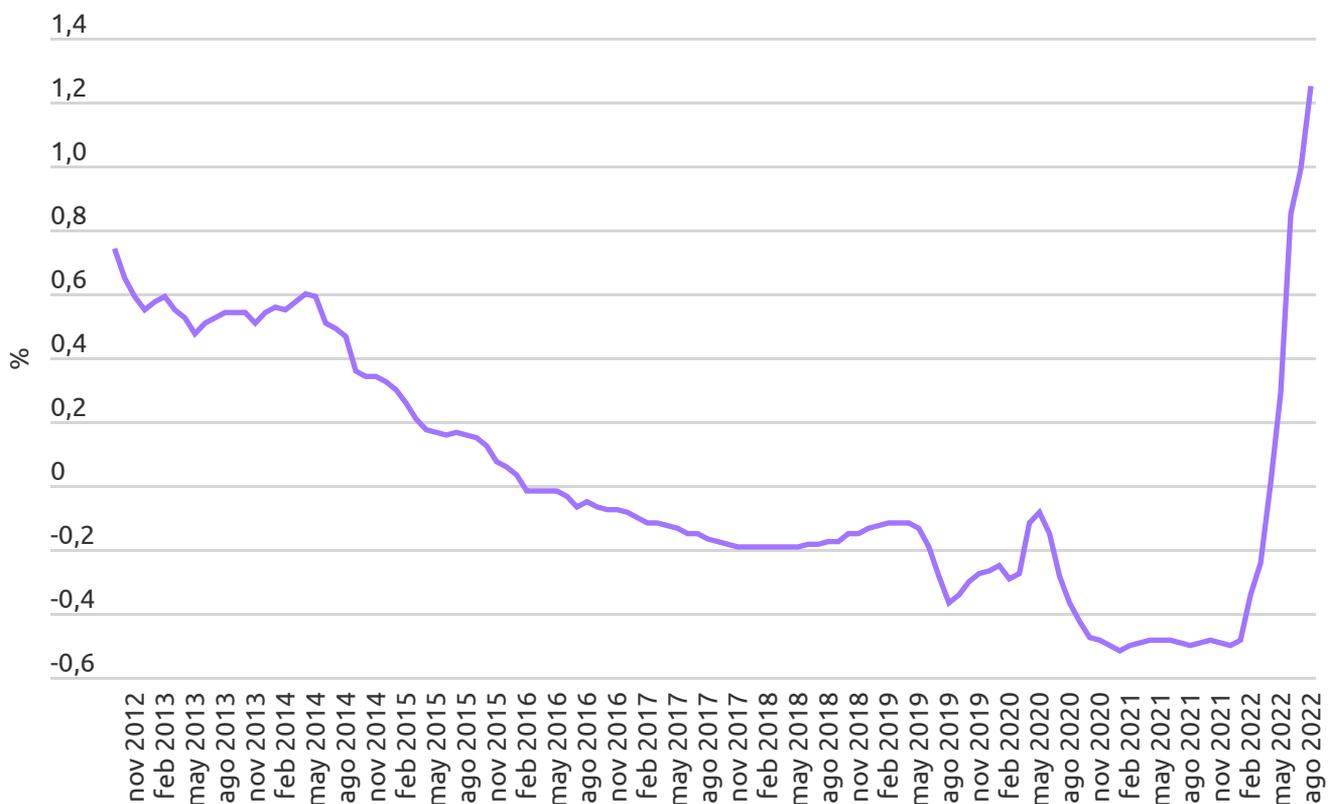
Costes financieros

Los costes financieros han aumentado un +8,8 % en esta campaña, tras varios periodos en los que esta partida ha estado contenida.

Durante la campaña 2021/22 el Euríbor, principal índice de referencia para la financiación de la inversión, ha presentado una tendencia al alza a consecuencia de los efectos del incremento del precio de la energía, los cuellos de botella en la oferta y el crecimiento de la demanda tras la pandemia.

Se espera que este coste continúe aumentando en los próximos meses, ya que desde el verano de 2022 se han producido dos subidas de tipos por parte del Banco Central Europeo y probablemente se produzca una más antes de que finalice el año como medida para contener la inflación en la zona euro.

Gráfico 20. Evolución del euríbor a 12 meses (enero 2012 - agosto 2022)



Fuente: Banco de España.

Tabla 3. Resumen de costes medios por hectárea

	Campaña 2020/21		Campaña 2021/22		Variación
	Euros	Gastos anuales (%)	Euros	Gastos anuales (%)	%
Gastos corrientes					
Mano de obra	28.904	44,6	30.494	42,0	5,5
Semillas y plantones	5.935	9,2	6.214	8,6	4,7
Agua	1.807	2,8	1.959	2,7	8,4
Fertilizantes	3.926	6,1	7.936	10,9	102,1
Fitosanitarios	3.785	5,8	4.017	5,5	6,1
<i>Control químico</i>	2.320	3,6	2.461	3,4	6,1
<i>Control biológico</i>	1.465	2,3	1.556	2,1	6,2
Energía	1.284	2,0	1.921	2,6	49,6
Servicios	3.990	6,2	4.405	6,1	10,4
<i>Transporte</i>	1.908	2,9	2.181	3,0	14,3
<i>Comunicaciones</i>	411	0,6	407	0,6	-0,8
<i>Costes financieros y seguros</i>	1.671	2,6	1.817	2,5	8,8
Otros gastos	1.665	2,6	1.795	2,5	7,8
Total gastos corrientes	51.295	79,1	58.740	80,9	14,5
Gastos de amortización					
Sustrato/enarenado	2.373	3,7	2.459	3,4	3,6
Estructura de invernaderos	5.251	8,1	5.340	7,4	1,7
Plástico	3.750	5,8	3.911	5,4	4,3
Sistema de riego	805	1,2	815	1,1	1,2
Balsa de riego	377	0,6	382	0,5	1,1
Otros	981	1,5	982	1,4	0,2
Total gastos de amortización*	13.537	20,9	13.888	19,1	2,6
Total gastos anuales	64.832	100	72.628	100	12,0

* El cálculo de los gastos de amortización se realiza teniendo en cuenta que las diferentes partidas las componen elementos que no se renuevan todos los años, así como el plazo de amortización de los mismos, por lo que solo recogen una parte del crecimiento porcentual experimentado en 2021/22.

4. Producción e ingresos



Superficie (total y por cultivo)

Almería

Según el último informe *Cartografía de invernaderos en Almería, Granada y Málaga*, publicado por la Junta de Andalucía, la superficie invernada de la provincia de Almería para la campaña 2021/22 se ha incrementado en un +0,8 %, con un total de 32.827 hectáreas invernadas. En este periodo el crecimiento en las comarcas del poniente y levante se ha situado en 135 y 125 hectáreas más que en 2020/21, respectivamente.



32.827 ha invernadas
en la provincia de Almería



+0,8 %

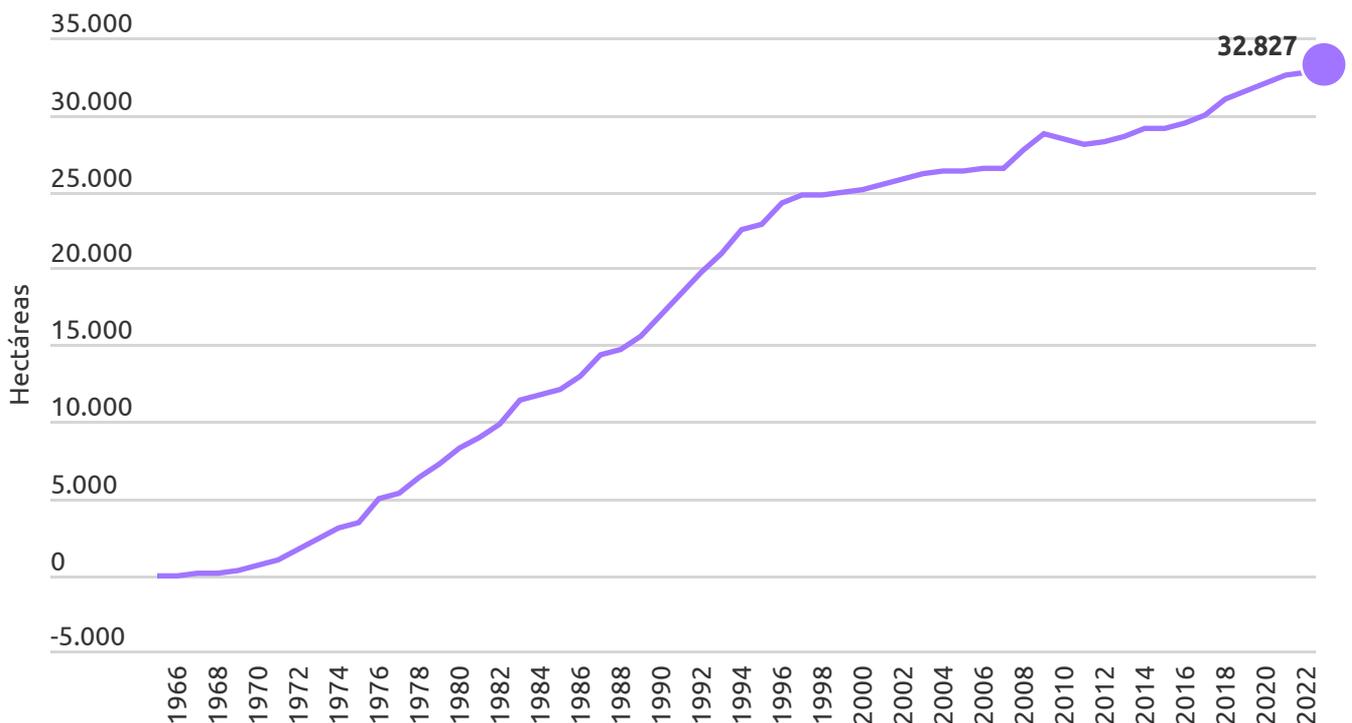
Con respecto a la campaña anterior



+1,53 %

Tasa de crecimiento
media acumulada en los últimos
10 años

Gráfico 21. Evolución de la superficie invernada en la provincia de Almería



Fuente: estimación a partir de datos de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, de ESYRCE y de empresas del sector. Elaboración propia.

Durante 2021/22 se ha producido un retroceso de la superficie cultivada en Almería a pesar del aumento de la superficie invernada y del incremento de otras frutas y hortalizas al aire.



-2,6 %

menor superficie cultivada en Almería

El principal motivo de este descenso ha sido una menor plantación en la campaña de primavera por el buen comportamiento en el mercado de las plantaciones de otoño a final de ciclo.

Esto tuvo como consecuencia que parte de los agricultores decidieran alargar dicho ciclo de cultivo en detrimento de las plantaciones de primavera, especialmente de melón y sandía. De hecho, estos son los cultivos que más han disminuido sus hectáreas en este periodo.

Por su parte, el cultivo de tomate ha mantenido la tendencia descendente de las últimas campañas, que para 2021/22 se ha materializado en un -2,6 % hectáreas menos, porcentaje similar al estimado en la campaña anterior. Sin embargo, el efecto del incremento de los precios de la energía en las plantaciones de Centroeuropa, principalmente en las de Países Bajos, podría cambiar esta curva negativa, ya que para evitar el alto coste energético de su producción, estos orígenes han tenido que modificar su calendario de producción, favoreciendo la comercialización del tomate de Almería.

Respecto al calabacín, la superficie destinada a esta hortaliza se ha mantenido estable, aunque con un ligero retroceso respecto a 2020/21.

En el lado opuesto nos encontramos los aumentos experimentados en las hectáreas destinadas a judía, pepino, berenjena y pimiento.

Es destacable como el pimiento mantiene su tendencia de crecimiento, beneficiado por unas cotizaciones favorables y un menor coste de mano de obra, frente a otros cultivos.

En el caso de la judía, su presencia en el campo almeriense es minoritaria, aunque en este periodo ha sido la que más ha aumentado porcentualmente del conjunto de hortalizas cultivadas bajo invernadero.



Melón

-24,0 %



Sandía

-9,3 %



Tomate

-2,6 %



Calabacín

-0,6 %



Judía

+9,6 %



Pepino

+6,3 %



Berenjena

+4,8 %



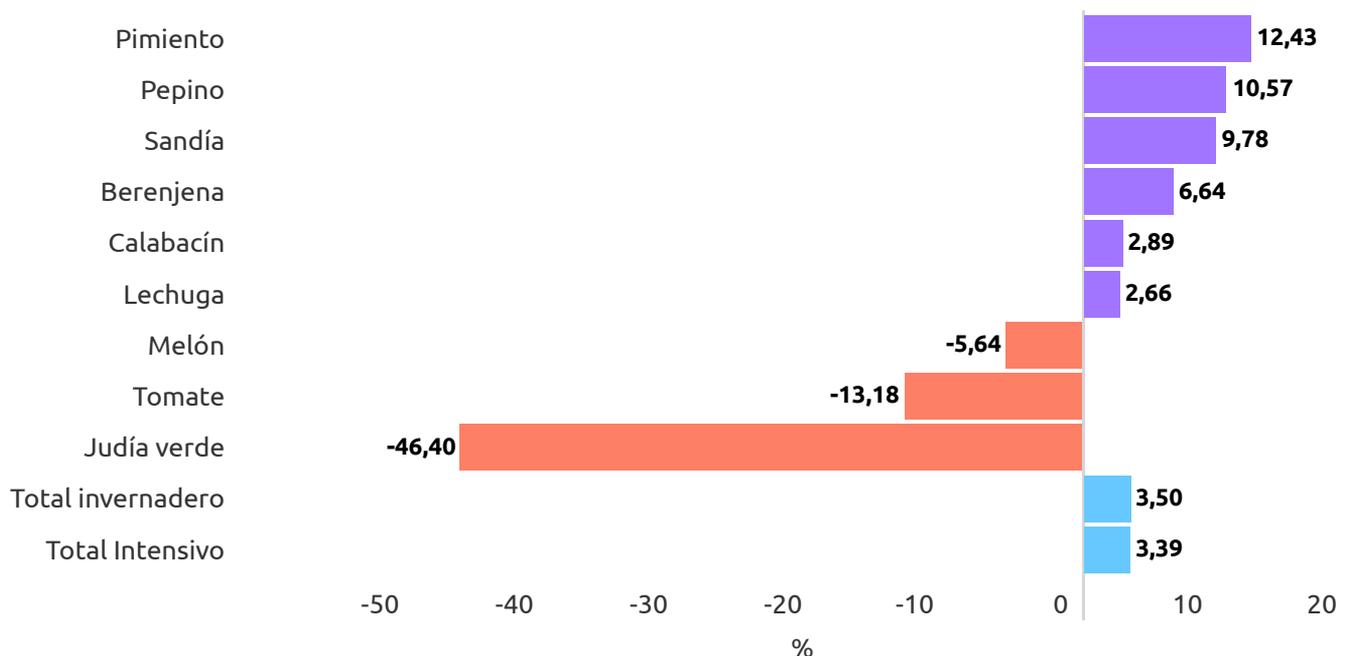
Pimiento

+2,2 %

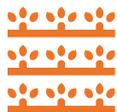
Tabla 4. Superficie cultivada por productos en Almería

		2020/21 (ha)	2021/22 (ha)	Var. (%)
	Berenjena	2.277	2.387	4,8
	Calabacín	8.061	8.013	-0,6
	Judía verde	219	240	9,6
	Melón	3.205	2.436	-24,0
	Pepino	5.280	5.614	6,3
	Pimiento	12.310	12.583	2,2
	Sandía	12.575	11.400	-9,3
	Tomate	8.423	8.201	-2,6
	Total invernadero	52.350	50.874	-2,8
	Lechuga	7.672	7.365	-4,0
	Total intensivo	60.022	58.239	-3,0
	Otras	4.650	4.753	2,2
	Total hortícola Almería	64.672	62.992	-2,6

Fuente: Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía y Delegación Provincial en Almería de este organismo. Elaboración propia.

Gráfico 22. Variación entre la superficie cultivada en la campaña 2021/22 y la media de las 5 anteriores


Fuente: Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.



Producción (total y por cultivo)

La producción total de frutas y hortalizas en Almería se ha reducido respecto a la campaña anterior. Concretamente se ha estimado un descenso de las toneladas producidas del -8,5 % (3.823.359 toneladas). En cuanto a la producción de las hortalizas cultivadas bajo plástico, esta también ha sido inferior, habiéndose calculado un -6,7 % menos que en la campaña anterior (3.561.056 toneladas).



3.823.359 t

de frutas y hortalizas
producidas en Almería



3.561.056 t

producidas bajo invernadero

Como viene siendo habitual, la climatología ha tenido un efecto en el desarrollo de los cultivos de la provincia. Así, aunque nos encontramos ante una campaña en general cálida, la llegada de las temperaturas invernales en el mes de noviembre contribuyó a regular la producción. En enero y febrero se dieron las temperaturas más bajas del periodo productivo, evitando situaciones de sobreoferta en el mercado.

A estas circunstancias hay que añadir los inusuales episodios de calima que tuvieron lugar en el mes de marzo, las lluvias primaverales y, por consiguiente, un mayor número de días nublados, que también contrajeron la oferta de hortalizas de la provincia. Los productos más afectados por estas circunstancias han sido: melón, sandía, y lechuga.



Melón

-36,9 %*



Sandía

-28,1 %*

Estos productos ya partían de una menor superficie de cultivo. Asimismo, la calima y los días nublados han dificultado la polinización y fructificación de las plantaciones tempranas, lo que ha reducido acusadamente los volúmenes obtenidos.



Lechuga

-31,4 %*

Las temperaturas invernales han ralentizado la producción. Posteriormente, la calima ha afectado al aspecto y a la calidad de esta hortaliza durante un par de semanas y las lluvias posteriores han complicado tanto la recolección como las nuevas plantaciones debido a unas condiciones del terreno poco favorables.



Calabacín

-4,0 %*



Pimiento

-1,7 %*



Tomate

-1,2 %*

Calabacín, pimiento y tomate también han reducido su producción. En el caso de calabacín se ha debido en parte a las circunstancias antes comentadas y a una contracción de la superficie destinada a estos cultivos.

* respecto a la campaña anterior.



Pepino

+4,6 %*



Berenjena

+3,9 %*

Pepino y berenjena son las únicas hortalizas que han mejorado sus volúmenes respecto a la campaña anterior a consecuencia de una mayor superficie de plantación.

* respecto a la campaña anterior.

Tabla 5. Producción de cultivos en Almería con respecto a la campaña anterior

		2020/21 (t)	2021/22 (t)	Var. (%)
	Berenjena	212.574	220.897	3,9
	Calabacín	520.862	499.901	-4,0
	Judía verde	3.842	4.463	16,2
	Melón	138.405	87.386	-36,9
	Pepino	549.405	574.678	4,6
	Pimiento	958.522	942.649	-1,7
	Sandía	695.721	500.337	-28,1
	Tomate	739.363	730.745	-1,2
	Total invernadero	3.818.694	3.561.056	-6,7
	Lechuga	311.112	213.456	-31,4
	Total intensivo	4.129.806	3.774.512	-8,6
	Otras	50.359	48.848	-3,0
	Total hortícola Almería	4.180.165	3.823.359	-8,5

Fuente: SOIVRE y Delegación Provincial de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Al comparar la producción de esta campaña con la media de las 5 anteriores, se observa un ligero descenso del -0,7 % en el conjunto de la producción en invernadero de Almería.

Por especie vegetal destacan los retrocesos de melón y sandía, no obstante, estos se deben a las circunstancias puntuales anteriormente mencionadas.

En el caso de judía y tomate, la tendencia productiva es negativa y sostenida en el tiempo. Así:

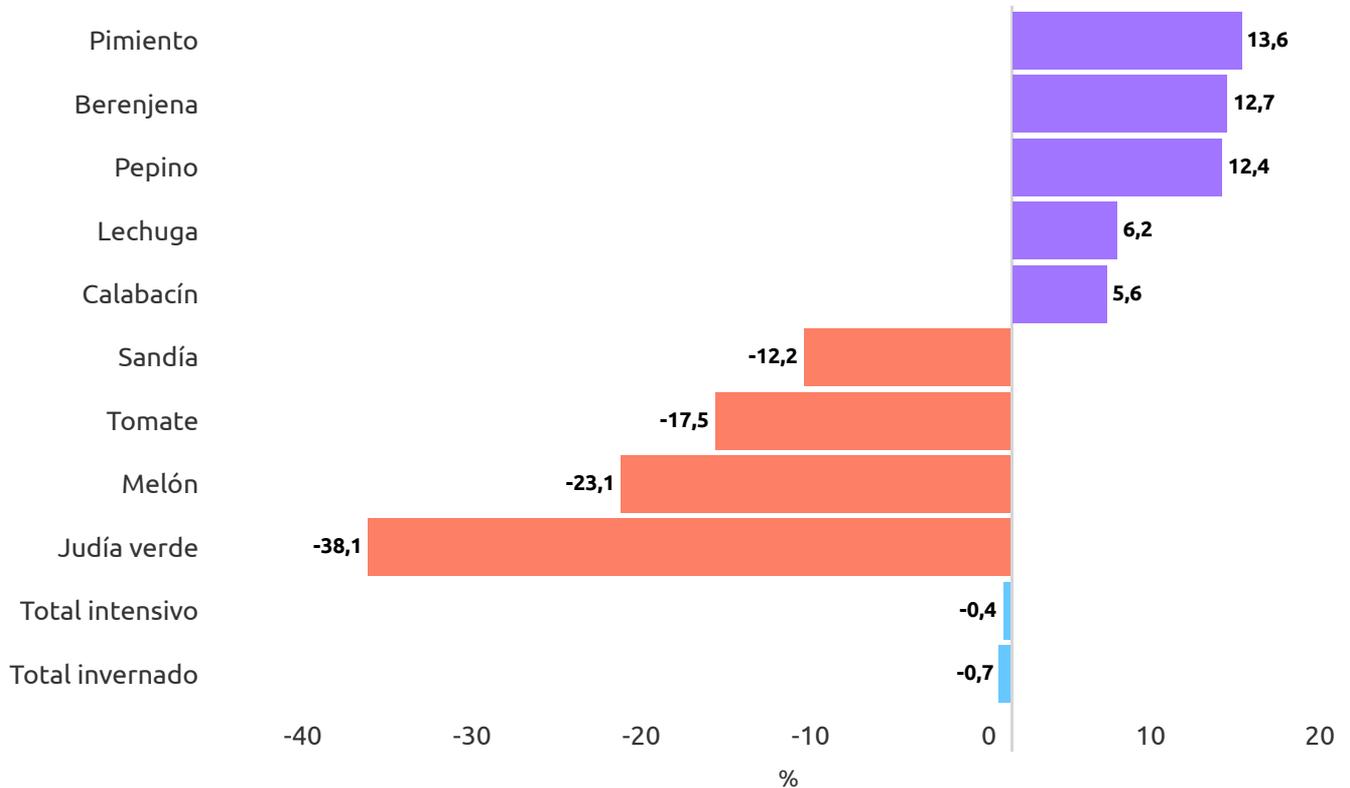
► La judía lleva tiempo siendo un cultivo con poca representatividad, respecto a la producción total.

► El tomate ha perdido su liderazgo en la producción de la provincia y parece complicado que en el corto plazo recupere su papel principal.

El resto de los cultivos (berenjena, calabacín, pepino y pimiento) han presentado una evolución positiva respecto a las últimas campañas.

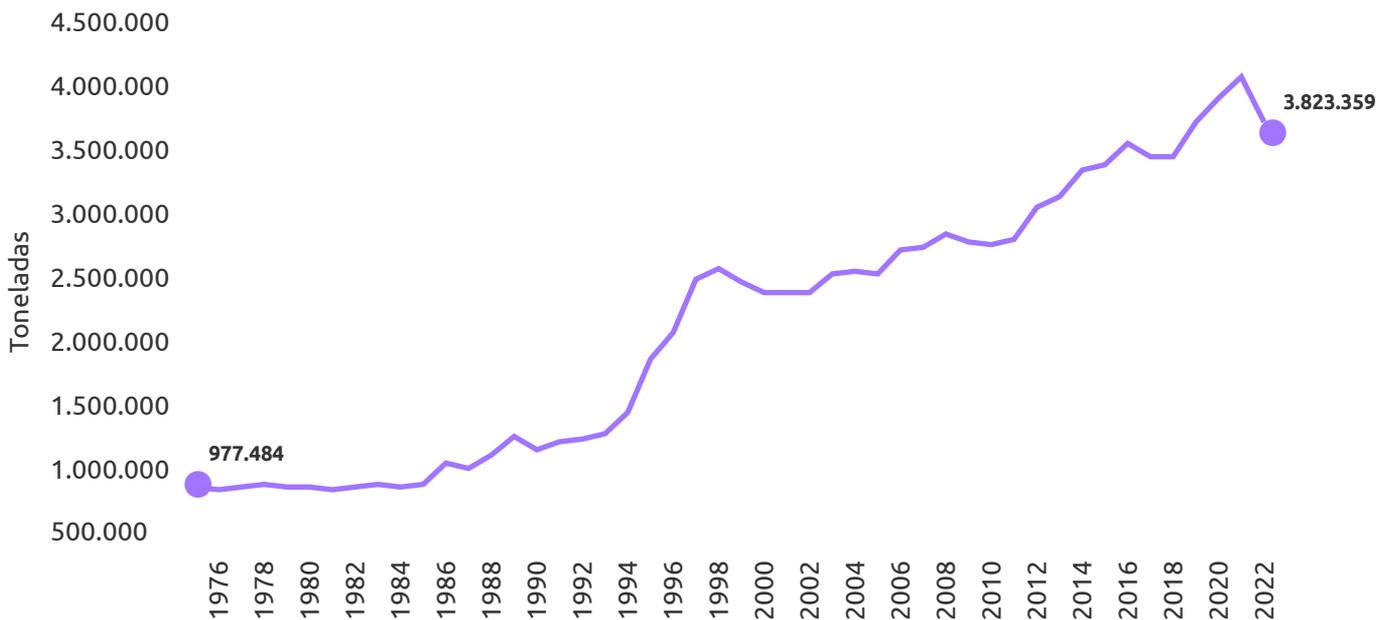


Gráfico 23. Variación entre la producción por especies de la campaña 2021/22 y la media de las cinco anteriores



Fuente: SOIVRE y Delegación Provincial de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Gráfico 24. Evolución de la producción hortícola almeriense (1975-2022)



Fuente: SOIVRE y Delegación Provincial de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.



Precios e ingresos

En la elaboración de este informe el cálculo de los precios e ingresos se ha realizado obteniendo el promedio ponderado de la liquidación al agricultor por especie vegetal a partir de los datos de empresas comercializadoras del sector. La información proporcionada por dichas empresas en la campaña 2021/22 ha representado una muestra que supone el 76,2 % del total de la producción.

Valor de la producción de la campaña 2021/22

Valor total de la producción



2.976,9 millones €

+14,2 % respecto a la campaña anterior

Valor de la producción intensiva



2.940,3 millones €

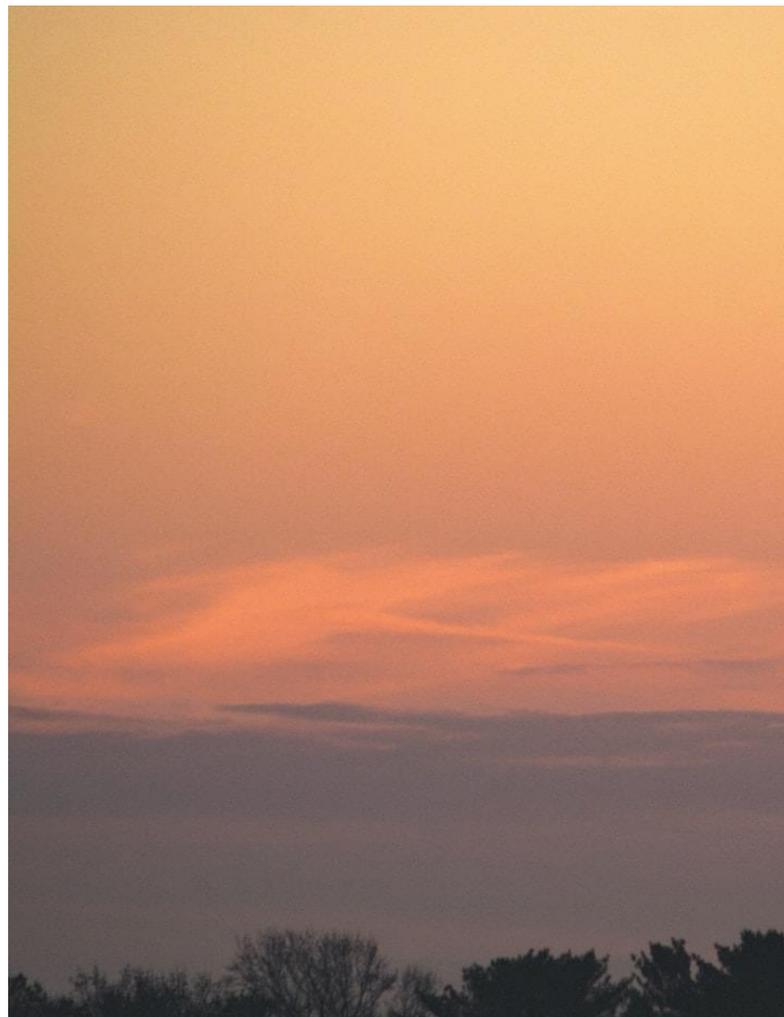
+13,9 % respecto a la campaña anterior

En 2021/22, la reducción de la oferta ha influido positivamente en la evolución de las cotizaciones de forma generalizada. No obstante, la campaña comenzó con bajos precios debido a un adelanto e incremento de la oferta a causa de las elevadas temperaturas.

Esta circunstancia provocó un cierto solape en el mercado entre el inicio de la cosecha almeriense y el final de la de otros orígenes que afectó negativamente a las liquidaciones locales.

A partir del mes de noviembre, esta tendencia cambió y mejoraron las cotizaciones al bajar las temperaturas. Así, la entrada del invierno ha regulado la producción y mejorado las cotizaciones hasta el mes de febrero, salvo en momentos puntuales.

En marzo los precios medios volvieron a repuntar debido al clima (calima, lluvias y días nublados) hasta el mes de abril, que han descendido al entrar en producción la mayor parte de los cultivos de primavera en España y otras zonas de producción. No obstante, las cotizaciones a partir de entonces se han mantenido por encima de las de la campaña pasada para la mayoría de las hortalizas.



Aunque los ingresos totales han aumentado para la mayor parte de los productos, cada uno de ellos ha presentado sus particulares condiciones de mercado:



Melón y sandía (menor superficie y producción, mayor precio medio e ingresos). Las cotizaciones positivas de los cultivos de otoño al final del ciclo han afectado negativamente a la superficie destinada a melón y sandía. A la reducción de oferta ya esperada por este motivo se le ha unido la causada por los problemas de polinización y cuajado de fruta en los cultivos tempranos. Todo ello ha disparado las cotizaciones, dando como resultado un incremento de los ingresos totales. No obstante, habrá casos en los que la merma productiva no haya podido ser compensada.



Calabacín (menor producción, pero mayor precio medio e ingresos). El mercado de esta hortaliza se ha caracterizado por una demanda activa en centro y norte Europa, y por una menor oferta nacional e internacional. Además, se ha beneficiado del retraso de las producciones centroeuropeas.



Tomate (menor superficie, menor producción, pero mejores cotizaciones e ingresos). Campaña positiva en cuanto a precios a pesar de que la comercialización fue complicada al inicio de la campaña. La menor oferta en el mercado europeo ha beneficiado las liquidaciones locales. Los motivos:

- ▶ Una producción nacional escalonada en otoño por el frío.
- ▶ Los incidentes climatológicos de primavera en el sureste español.
- ▶ El retraso de la producción centroeuropea para evitar los elevados costes de la energía.

Los precios de tomate larga vida y rama son los que más han aumentado su precio medio con incrementos del 44,3 % y del 45,9 %, respectivamente. El aumento de la cotización media de tomate *cherry* ha sido más modesta del + 9,3 %.



Judía verde (mayor producción y mayor precio medio). Las cotizaciones han sido muy favorables para esta hortaliza, las más elevadas en los últimos 10 años. No obstante, su presencia continúa siendo muy reducida en la provincia.



Berenjena y pepino (buen comportamiento en todas las variables: superficie, producción, precio medio e ingresos).

El peor comportamiento lo han presentado:

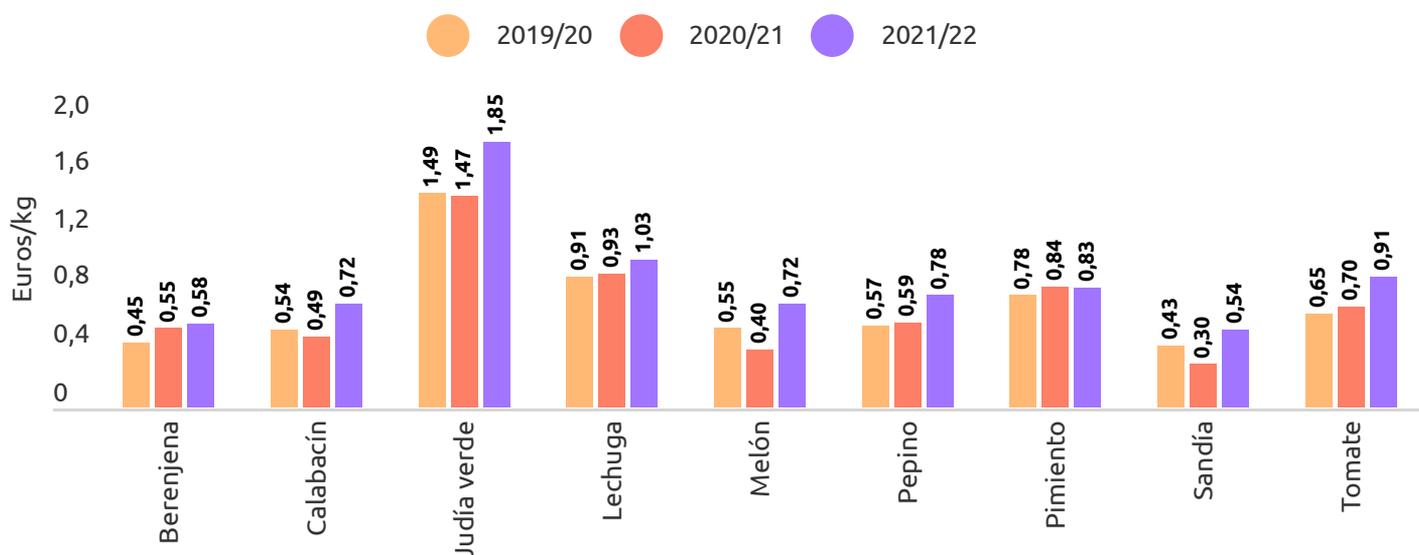


Pimiento (descenso en producción, precio e ingresos). No obstante, tampoco se puede calificar la campaña de pimiento como negativa en cuanto a precios. Aunque la cotización media ha descendido en un -1,8 % respecto a la campaña pasada, está por encima de la media de las cinco anteriores (+3,3 %).



Lechuga (menor producción e ingresos, aunque mejores cotizaciones medias). La oferta se ha visto reducida por la menor superficie y las dificultades de producción por la calima y las lluvias que causaron problemas de calidad en la cosecha que estaba para recolectar y un retraso en las nuevas plantaciones. En este caso, el incremento de los precios medios no ha conseguido superar los ingresos totales alcanzados en la campaña anterior.

Gráfico 25. Evolución de los precios medios de las 3 últimas campañas por productos

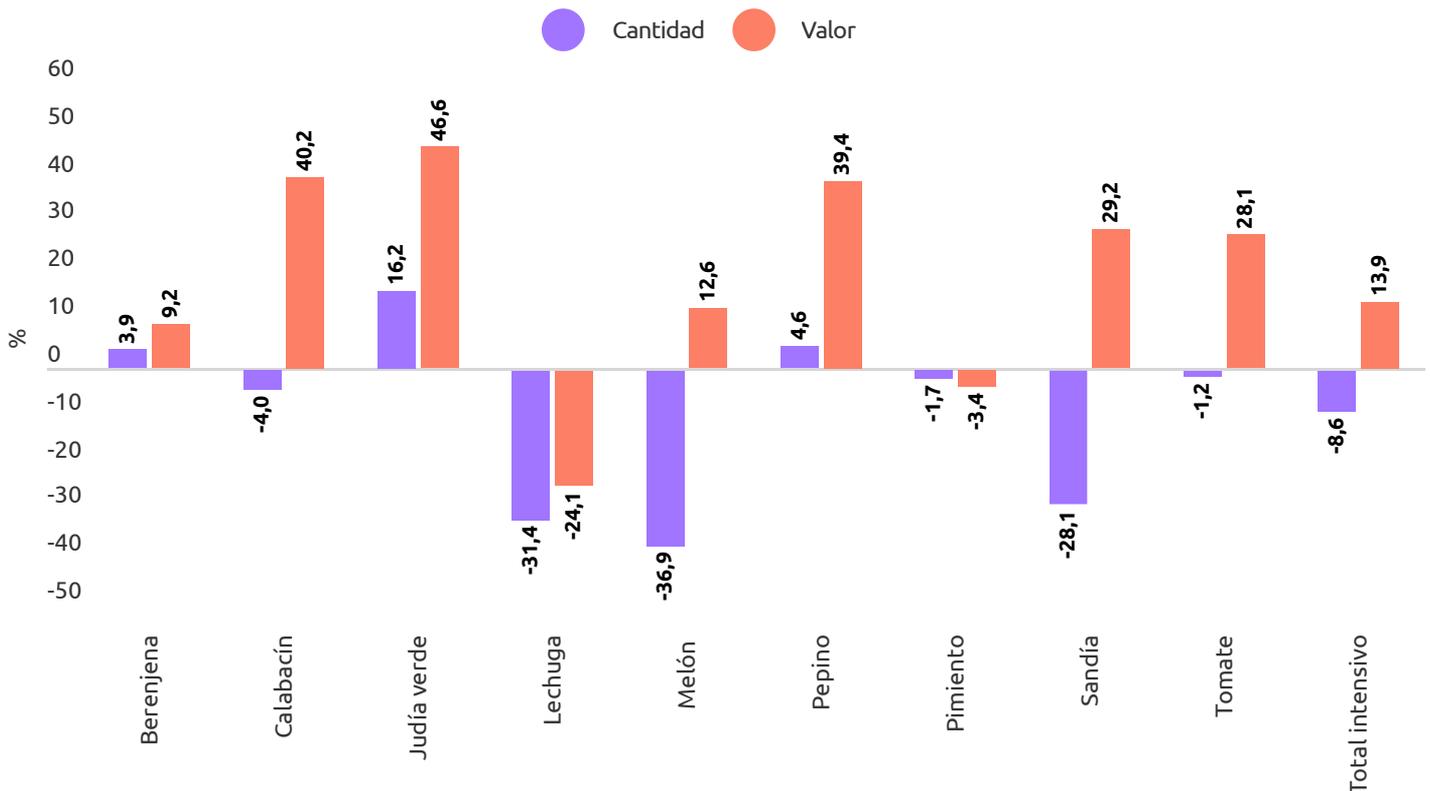


Fuente: Empresas comercializadoras del sector.

Tabla 6. Ingresos de los agricultores en las 2 últimas campañas y la variación con respecto a la campaña anterior

		2020/21 (miles €)	2021/22 (miles €)	Var. (%)
	Berenjena	117.314	128.050	9,2
	Calabacín	256.399	359.521	40,2
	Judía verde	5.630	8.253	46,6
	Lechuga	288.959	219.224	-24,1
	Melón	55.713	62.756	12,6
	Pepino	323.539	450.907	39,4
	Pimiento	807.334	779.537	-3,4
	Sandía	208.490	269.302	29,2
	Tomate	517.319	662.725	28,1
	Total intensivo	2.580.696	2.940.274	13,9
	Otros	26.811	36.577	36,4
	Total hortofrutícola	2.607.507	2.976.851	14,2

Fuente: SOIVRE, Delegación Provincial de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía y empresas comercializadoras del sector. Elaboración propia.

Gráfico 26. Variación interanual de la producción y el valor según cultivos


Fuente: SOIVRE, Delegación Provincial de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía y empresas comercializadoras del sector. Elaboración propia.

5. Comercio exterior

En 2021/22 se ha exportado un total de 2.864.211 toneladas desde septiembre hasta agosto, con un valor de lo comercializado de 3.701,5 millones de euros.

La representatividad de las exportaciones sobre la producción en términos de volumen ha supuesto el 74,9 % en esta campaña.



2.864.211 t

Volumen exportado por la provincia de Almería (sep-ago)



-4,4 %

respecto a la campaña anterior



3.701,5 millones €

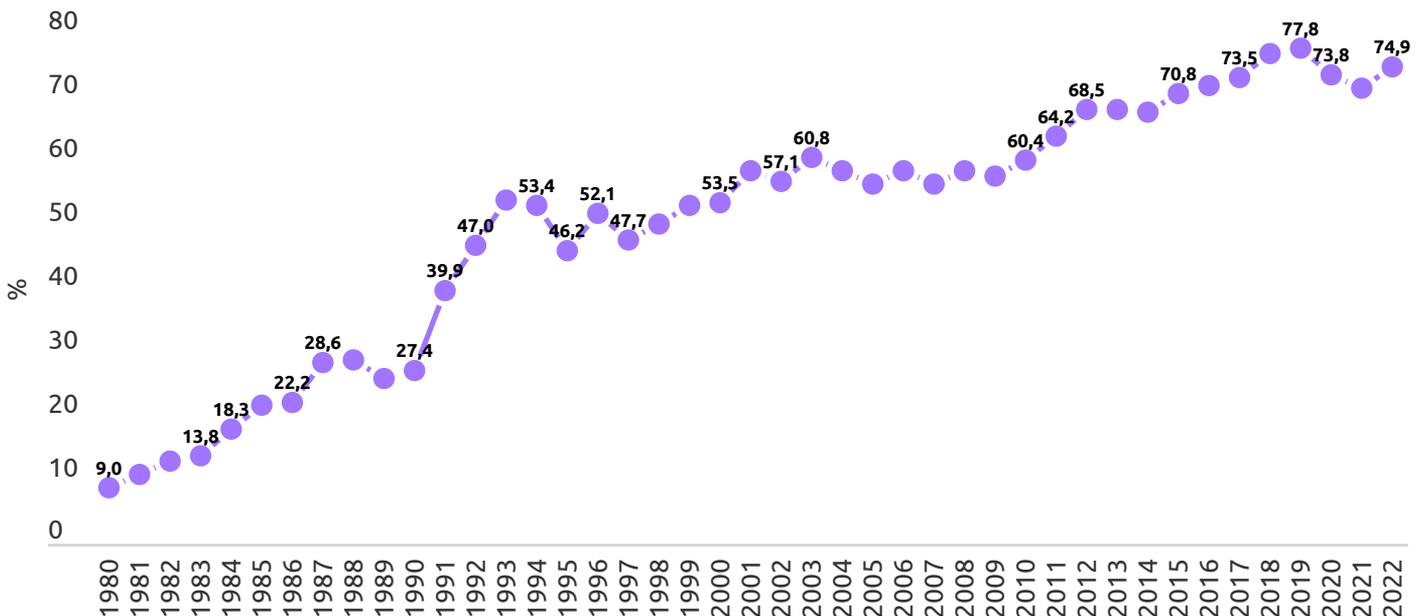
Valor de exportación más elevado de la serie histórica



+17,4 %

respecto a la campaña anterior

Gráfico 27. Evolución de la ratio exportación/producción



Fuente: Dirección General de Aduanas, SOIVRE, Delegación Provincial de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía y empresas del sector. Elaboración propia.



Exportaciones por meses



En volumen

Los volúmenes exportados han sido inferiores a los de la campaña anterior durante la mayor parte del periodo, especialmente a partir del mes de noviembre cuando comenzaron las temperaturas invernales y empezaron a regular la producción, pero también a consecuencia de las condiciones climatológicas que tuvieron lugar en primavera.

► Mejor comportamiento interanual

Se produjo en septiembre y agosto, con sendos incrementos en volumen del 38,5 % y del 36,6 % debido a una demanda activa y a la elevada oferta de producto.

► Exportaciones

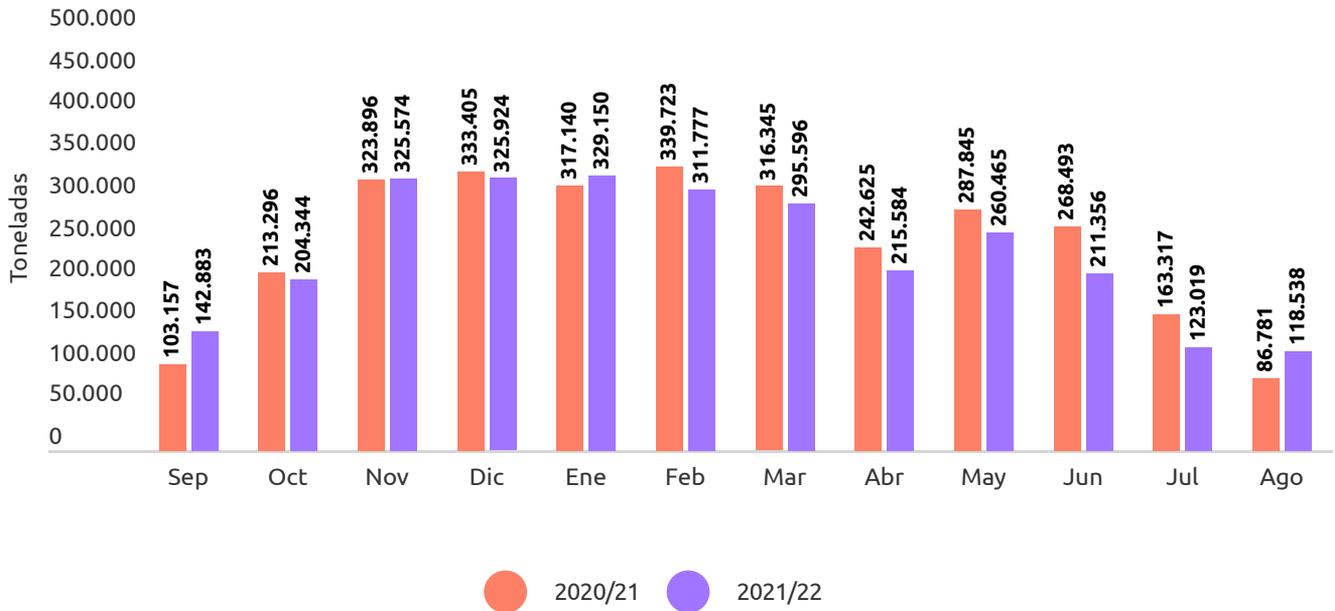
Disminuyeron con más intensidad durante los meses finales de campaña hasta agosto, por las consecuencias de la calima, las lluvias y días nublados que condicionaron la producción en el último tramo del periodo productivo. Destacan los meses de abril (-11,1 %) y junio (-21,3 %) y julio (-24,7 %).

Tabla 7. Exportaciones hortofrutícolas de Almería por meses

(toneladas)	2019/20	2020/21	2021/22	Var. 2021/22 (%)
Septiembre	95.339	103.157	142.883	38,5
Octubre	207.119	213.296	204.344	-4,2
Noviembre	302.478	323.896	325.574	0,5
Diciembre	340.899	333.405	325.924	-2,2
Enero	372.593	317.140	329.150	3,8
Febrero	350.622	339.723	311.777	-8,2
Marzo	316.019	316.345	295.596	-6,6
Abril	258.034	242.625	215.584	-11,1
Mayo	269.904	287.845	260.465	-9,5
Junio	236.410	268.493	211.356	-21,3
Julio	139.811	163.317	123.019	-24,7
Agosto	101.818	86.781	118.538	36,6
Total	2.991.048	2.996.022	2.864.211	-4,4

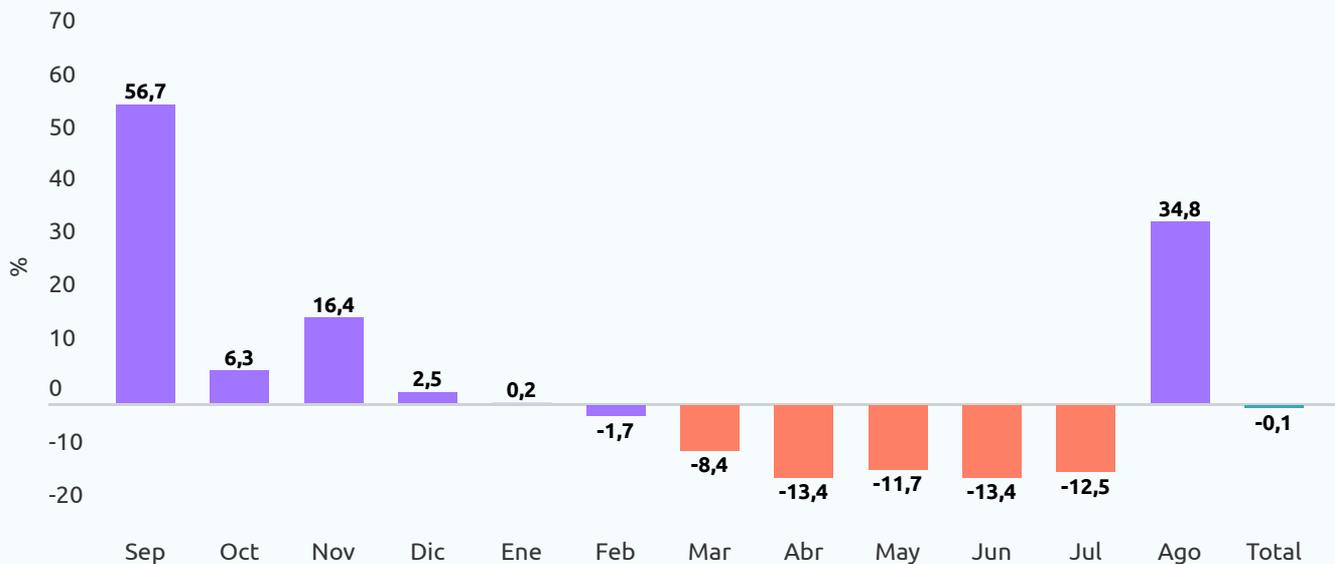
Fuente: Dirección General de Aduanas.

Gráfico 28. Comparación de las exportaciones por meses en las dos últimas campañas



Fuente: Dirección General de Aduanas.

Gráfico 29. Comparación de las toneladas exportadas por meses de la campaña 2021/22 con las cinco últimas



- ✓ Ligeró descenso: -0,1 % toneladas comercializadas con respecto a la media de las 5 campañas anteriores.
- ✓ Desde septiembre hasta enero se ha exportado un volumen superior a la media, mientras que a partir de marzo las cantidades han presentado signo negativo hasta agosto.
- ✓ Septiembre y agosto se han comportado particularmente mejor que la media, con un incremento de volumen exportado del 56,7 % y del 34,8 %, respectivamente, por el buen ritmo de la demanda y la mayor oferta de hortalizas ya mencionada al inicio del periodo.
- ✓ Junio ha presentado el porcentaje más desfavorable (-14,6 %) debido a los problemas productivos experimentados por los cultivos de primavera.

Fuente: Dirección General de Aduanas.



En valor

El valor de la comercialización durante 2021/22 ha experimentado el mayor crecimiento experimentado desde que se inició la serie, con una evolución positiva durante todo el periodo productivo a excepción del mes de octubre y julio.

► Peores resultados

- En octubre, siendo el único mes con variaciones negativas en volumen (-4,2 %), valor (-5,6 %) y precio medio aparente (-1,5 %).
- En julio el descenso de los envíos (- 24,7 %) no ha podido ser compensado con el incremento en los precios medios de exportación (+ 13,2 %).

► Crecimientos destacados

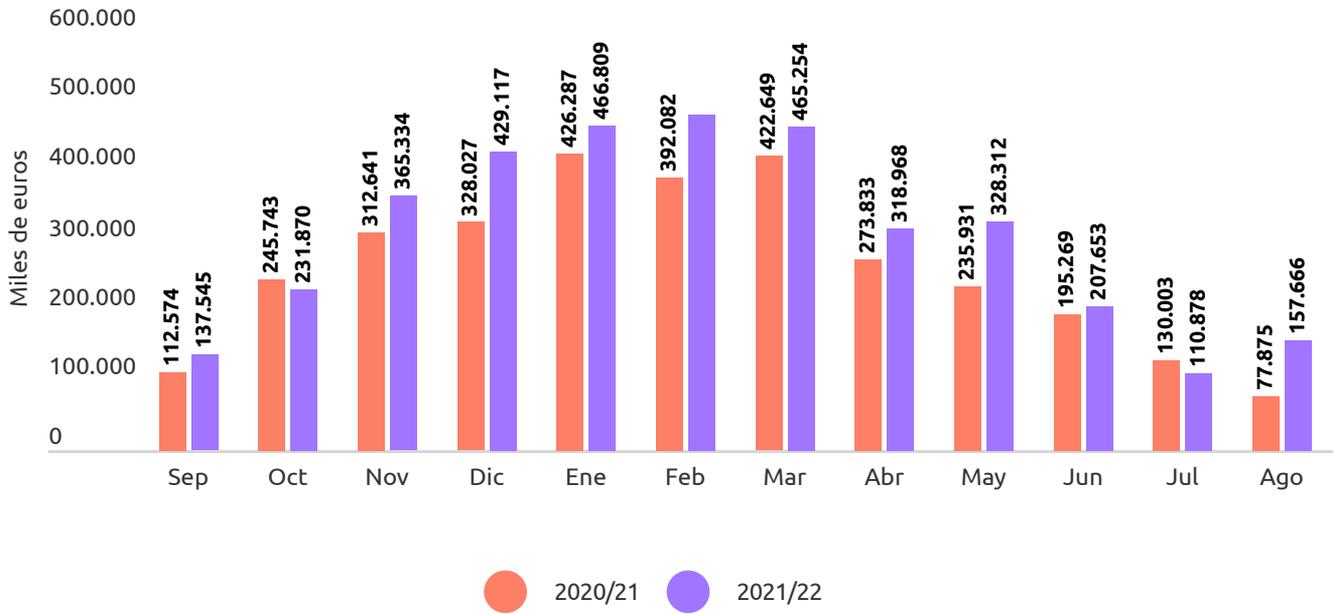
- Desde noviembre y hasta julio. Destacan el mes de enero con incrementos en las toneladas comercializadas, precio medio e importe final.
- Los mayores incrementos en valor y precio medio aparente se han alcanzado en diciembre, febrero, mayo y agosto, siendo este último el que más ha crecido en proporción.

Tabla 8. Exportaciones hortofrutícolas de Almería por meses

(miles de euros)	2019/20	2020/21	2021/22	Var. 2021/22 (%)
Septiembre	97.780	112.574	137.545	22,2
Octubre	189.675	245.743	231.870	-5,6
Noviembre	314.792	312.641	365.334	16,9
Diciembre	362.535	328.027	429.117	30,8
Enero	457.970	426.287	466.809	9,5
Febrero	394.199	392.082	482.054	22,9
Marzo	370.565	422.649	465.254	10,1
Abril	286.990	273.833	318.968	16,5
Mayo	252.263	235.931	328.312	39,2
Junio	170.842	195.269	207.653	6,3
Julio	92.416	130.003	110.878	-14,7
Agosto	83.511	77.875	157.666	102,5
Total	3.073.538	3.152.915	3.701.459	17,4

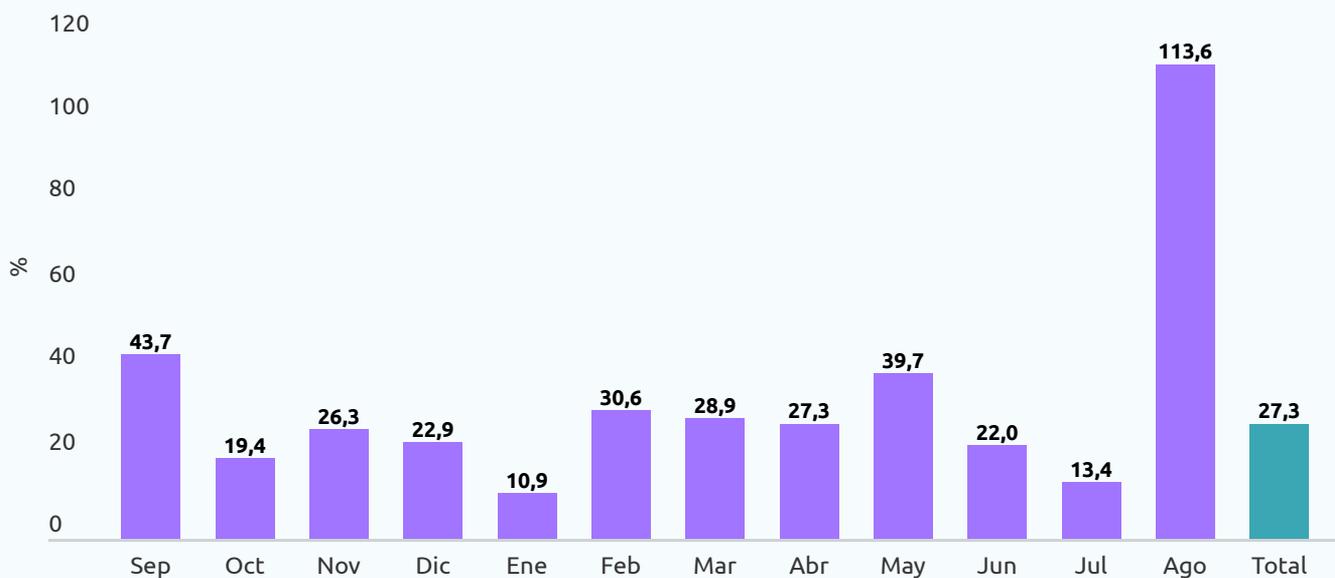
Fuente: Dirección General de Aduanas.

Gráfico 30. Comparación de las exportaciones por meses en las dos últimas campañas



Fuente: Dirección General de Aduanas.

Gráfico 31. Comparación del valor exportado por meses de la campaña 2021/22 con las cinco últimas



✓ Aumento generalizado durante todo el periodo con un porcentaje +27,3 % superior que la media de las 5 campañas anteriores. Los meses que han presentado los incrementos más elevados han sido septiembre, mayo y agosto que ha duplicado el valor respecto a la media.

Fuente: Dirección General de Aduanas.



Exportaciones por productos



En volumen

Durante la campaña 2021/22, las diferentes hortalizas cultivadas en la provincia han presentado un comportamiento dispar en los mercados internacionales. No obstante, durante el periodo analizado el signo negativo ha predominado en los volúmenes exportados.

Destacan los descensos de melón y sandía debido a la menor oferta disponible de estos productos, sin embargo, esta situación ha tenido un efecto positivo en el valor obtenido de su exportación como se verá más adelante.



Melón

-18,3 %*



Sandía

-15,2 %*

En términos positivos hay que señalar la evolución de pepino y pimiento que han crecido en las tres variables analizadas del comercio exterior (volumen, precio aparente y valor).



Pepino

+5,5 %*



Pimiento

+0,6 %*

El tomate ha continuado con la tendencia a la baja iniciada años atrás.



Tomate

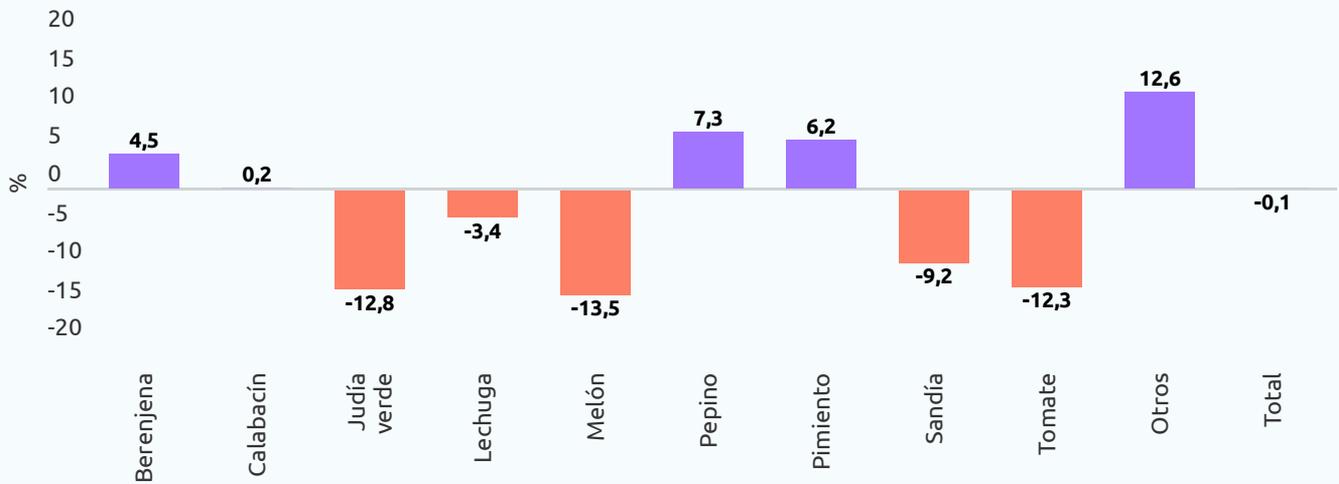
-1,1 %*

* Respecto a la campaña anterior.

Tabla 9. Exportaciones hortofrutícolas de Almería por productos

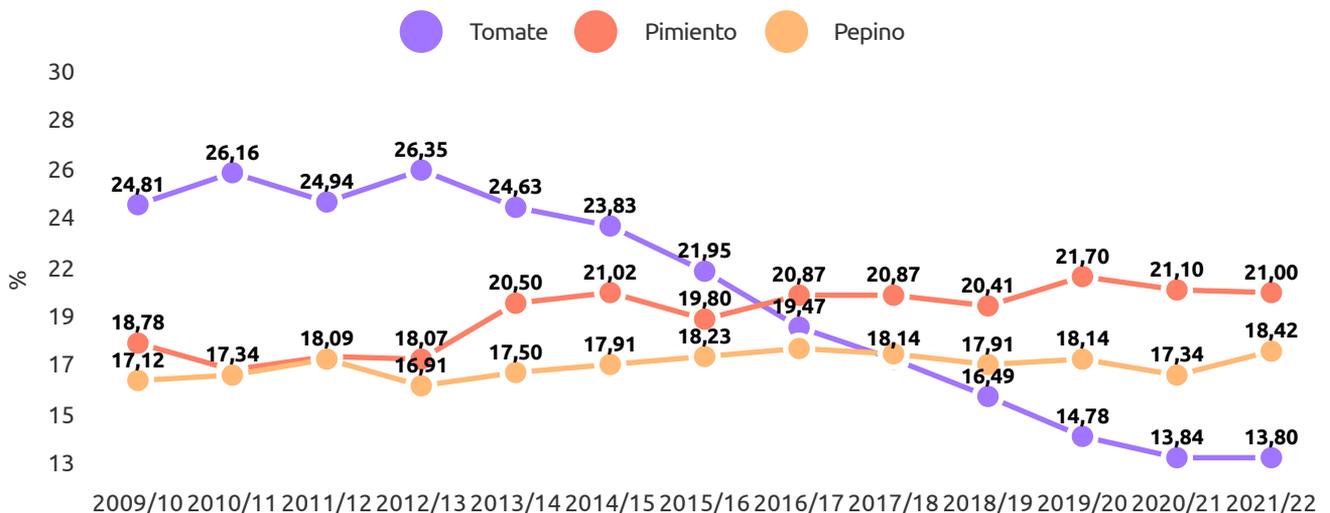
	(toneladas)	2019/20	2020/21	2021/22	Var. 2021/22 (%)
	Berenjena	141.757	141.709	136.471	-3,7
	Calabacín	345.910	363.439	319.281	-12,2
	Judía verde	15.023	11.083	11.214	1,2
	Lechuga	151.818	155.673	144.884	-6,9
	Melón	84.995	83.970	68.644	-18,3
	Pepino	520.053	499.861	527.447	5,5
	Pimiento	622.260	598.458	602.323	0,6
	Sandía	425.828	444.320	376.899	-15,2
	Tomate	424.695	399.843	395.383	-1,1
	Otros	258.710	297.666	281.665	-5,4
	Total	2.991.048	2.996.022	2.864.211	-4,4

Fuente: Dirección General de Aduanas.

Gráfico 32. Comparación de las toneladas exportadas por productos de la campaña 2021/22 con las cinco últimas


- ✓ La evolución de las cantidades comercializadas ha sido dispar según las diferentes hortalizas, comparada con la media de las 5 campañas anteriores.
- ✓ Descensos en melón, sandía y lechuga. Menor oferta de estos por los incidentes meteorológicos que tuvieron lugar en primavera, lo que provocó que la comercialización exterior sea inferior a la media de los periodos anteriores.
- ✓ Tomate y judía siguen retrocediendo:
 - ✓ Tomate: aunque la representatividad de sus exportaciones sobre el total está estabilizada, respecto al periodo anterior, sigue situándose por debajo del promedio analizado.
 - ✓ Judía: mantiene su tendencia descendente, completando la escasa producción local con la importación procedente de otros orígenes.
- ✓ El volumen comercializado de pepino, pimiento y berenjena ha sido superior por la mayor oferta. En el caso de la berenjena, aunque las cantidades hayan sido inferiores a la campaña pasada se ha mantenido por encima del promedio.

Fuente: Dirección General de Aduanas.

Gráfico 33. Evolución del peso relativo de tomate, pimiento y pepino sobre el volumen total exportado


Fuente: Dirección General de Aduanas.



En valor

El conjunto de las hortalizas cultivadas en la provincia ha aumentado su valor durante 2021/22.

Si tenemos en cuenta la variación del precio medio de comercialización han destacado:



Sandía | Tasas superiores al **40 %**



Melón y calabacín | Tasas superiores al **30 %**



Tomate y pepino | Tasas cercanas al **30 %**

En todos ellos a excepción de pepino el incremento en valor ha ido de la mano de descensos en las cantidades comercializadas.

Respecto al comportamiento del tomate en los mercados, hay que señalar que se ha producido un descenso de las importaciones de tomate por parte de la UE27+ Reino Unido desde febrero hasta abril por parte de los tres principales suministradores, España, Países Bajos y Marruecos debido una menor oferta:

- ▶ **España y Marruecos** | por el clima y la sequía
- ▶ **Países Bajos** | por la menor producción debido al aumento del precio de la energía.

Los productos que más han aumentado en términos económicos:



Pepino
+35,9 %



Tomate
+28,3 %



Sandía
+23,9 %



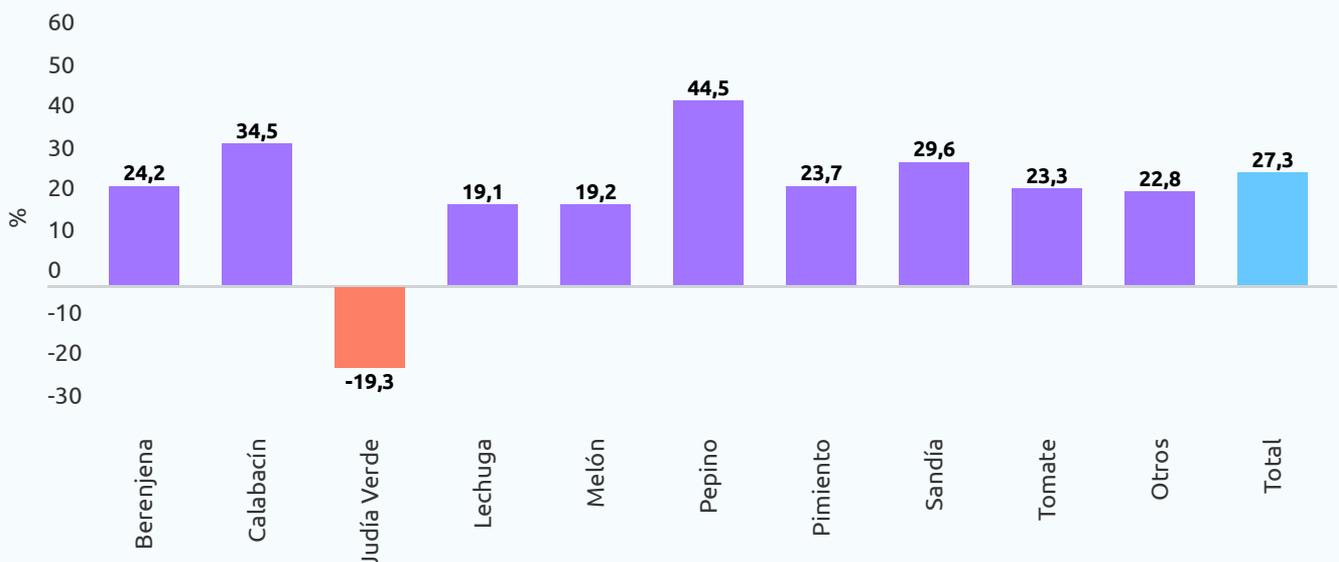
Calabacín
+16,9 %



Tabla 10. Exportaciones de Almería por productos. En miles de euros

	2019/20	2020/21	2021/22	Var. 2021/22 (%)
Berenjena	131.288	144.171	161.748	12,2
Calabacín	300.801	325.258	380.203	16,9
Judía verde	34.186	24.240	24.264	0,1
Lechuga	140.087	141.555	157.580	11,3
Melón	63.978	58.697	66.744	13,7
Pepino	461.182	454.282	617.555	35,9
Pimiento	809.849	813.363	921.689	13,3
Sandía	238.519	216.270	268.011	23,9
Tomate	527.016	524.353	672.908	28,3
Otros	366.631	450.725	430.758	-4,4
Total	3.073.538	3.152.915	3.701.459	17,4

Fuente: Dirección General de Aduanas.

Gráfico 34. Comparación del valor de las exportaciones por productos de la campaña 2021/22 con las cinco últimas


Realizando una comparación temporal más amplia se observa que los ingresos generados por la comercialización exterior han sido superiores para el conjunto de las hortalizas cultivadas en la provincia. Sólo judía verde ha presentado una variación negativa a consecuencia de la cada vez menor presencia de este producto en la producción y comercialización almeriense.

Fuente: Dirección General de Aduanas.



Exportaciones por países



En volumen

UE-14 + Reino Unido*

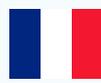
El volumen comercializado con este grupo de países, UE-14+Reino Unido, ha disminuido en la campaña 2021/22 (-2,1 %). No obstante, esta cifra es superior a la alcanzada en la de 2017/18 y anteriores.

De los cuatro principales destinos de exportación, Alemania ha sido el único país que ha aumentado las compras a España, superando el volumen medio de las 5 últimas campañas. Sin embargo, se ha producido una contracción de los envíos a Francia, Reino Unido y Países Bajos debido en parte a la menor oferta antes mencionada.



Alemania

+2,8%*



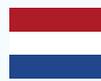
Francia

-9,2%*



Reino Unido

-8,4%*



Países Bajos

-3,3%*

* Respecto a la campaña anterior.



* Dado que Reino Unido es uno de los principales destinos de importación, se ha mantenido la clasificación grupal de países habituales en este informe, incorporando los datos británicos al conjunto de la UE-14.

Tabla 11. Exportaciones de Almería por países en la UE-14 + Reino Unido. En toneladas

		2019/20	2020/21	2021/22	Var. 2021/22 (%)
	Alemania	935.136	920.783	946.887	2,8
	Austria	40.056	40.483	39.885	-1,5
	Bélgica	58.103	52.404	60.684	15,8
	Dinamarca	53.581	48.079	57.036	18,6
	Finlandia	23.381	25.083	21.856	-12,9
	Francia	461.898	468.546	425.576	-9,2
	Grecia	1.276	1.893	1.895	0,1
	Países Bajos	295.463	291.989	282.431	-3,3
	Irlanda	19.513	21.858	17.380	-20,5
	Italia	164.671	158.997	155.983	-1,9
	Luxemburgo	1.302	1.234	1.475	19,5
	Portugal	58.862	48.654	50.931	4,7
	Reino Unido	375.175	387.317	354.891	-8,4
	Suecia	83.600	85.633	82.107	-4,1
	Total	2.572.017	2.552.953	2.499.017	-2,1

Fuente: Dirección General de Aduanas.

Europa ampliada

La comercialización de las hortalizas de Almería al grupo países de la Europa Ampliada ha sido la que más ha descendido, concretamente un -19,7 %. Esta tendencia a la baja ha sido generalizada para los diferentes países, destacando el retroceso de los volúmenes enviados a Polonia y República Checa, principales destinos de exportación.

Tan solo Croacia (+3,4 %) y Malta (+25,0 %) han presentado signo positivo, aunque las cantidades comercializadas son poco representativas.



Polonia
-23,6 %



Rep. Checa
-8,4 %



Croacia
+3,4 %



Malta
+25,0 %

Tabla 12. Exportaciones de Almería por destinos en la Europa ampliada. En toneladas

		2019/20	2020/21	2021/22	Var. 2021/22 (%)
	Bulgaria	4.065	3.711	2.580	-30,5
	Chipre	7	9	7	-22,2
	Croacia	2.019	2.359	2.440	3,4
	Eslovaquia	20.178	30.749	22.804	-25,8
	Eslovenia	176	2.621	1.677	-36,0
	Estonia	4.058	3.223	2.712	-15,9
	Hungría	9.250	21.380	20.502	-4,1
	Letonia	13.019	9.633	8.383	-13,0
	Lituania	15.058	14.272	10.832	-24,1
	Malta	138	124	155	25,0
	Polonia	188.892	204.200	155.955	-23,6
	República Checa	67.478	68.495	62.762	-8,4
	Rumania	20.913	20.115	15.234	-24,3
	Europa ampliada	345.251	380.891	306.043	-19,7

Fuente: Dirección General de Aduanas.

Resto de mercados

Las exportaciones realizadas a los países extracomunitarios (excl. Reino Unido) se han contraído por segunda campaña consecutiva, con un descenso generalizado de los principales destinos (-4,9 %). Sin embargo, los envíos a Noruega han aumentado un 27,9 %, siendo el país con mejor evolución durante el periodo, alcanzando su máximo histórico con un total de 10.466 toneladas.

El descenso experimentado por las exportaciones a Suiza, principal destino no

comunitario, se ha materializado en un -10,7 %, sin embargo, esta cifra duplica la registrada hace tres campañas (2018/19). Por otra parte, los envíos al otro lado del Atlántico (EEUU y Canadá) han sufrido un fuerte descenso desde 2018/19, cuando alcanzaron su máximo.

Aunque los volúmenes comercializados fuera de la UE27+Reino Unido son poco representativos respecto a las cantidades totales comercializadas, indican la tendencia en la apertura de nuevos mercados de exportación.

Tabla 13. Exportaciones de Almería en los mercados de países terceros. En toneladas

		2019/20	2020/21	2021/22	Var. 2021/22 (%)
	Noruega	8.443	8.182	10.466	27,9
	Suiza	36.529	37.693	33.669	-10,7
	Canadá	7.525	4.207	2.625	-37,6
	EEUU	8.654	2.173	1.980	-8,9
	Otros países	12.629	9.923	10.411	4,9
	Total	73.780	62.178	59.151	-4,9

Fuente: Dirección General de Aduanas.





En valor

UE-14 + Reino Unido*

El valor total de las exportaciones a la UE-15 (incl. Reino Unido) ha aumentado por cuarta campaña consecutiva. El porcentaje de variación se ha concretado en un +17,9 % respecto a 2021/22, representando el 86,9 % del total exportado en términos económicos.

Aunque las cifras económicas de exportación han tenido signo positivo para todos los países de este grupo, es destacable la evolución positiva de los cuatro principales destinos del conjunto debido a su importancia económica, especialmente el de Alemania, primer destino de comercialización para los cultivos de la provincia.

Las tasas de variación más elevadas han procedido de los intercambios comerciales con Grecia y Austria, aunque con una representatividad inferior que los anteriores en el total UE14 + Reino Unido.



Alemania

+25,5 %*



Países Bajos

+16,7 %*



Francia

+12,0 %*



Reino Unido

+0,3 %*

* Respecto a la campaña anterior.



Tabla 14. Exportaciones de Almería por países en la UE-14 + Reino Unido. En miles de euros

		2019/20	2020/21	2021/22	Var. 2021/22 (%)
	Alemania	961.340	985.763	1.236.842	25,5
	Austria	41.028	40.693	58.464	43,7
	Bélgica	71.268	63.380	88.456	39,6
	Dinamarca	62.333	59.444	83.147	39,9
	Finlandia	19.015	19.065	24.816	30,2
	Francia	448.497	457.752	512.685	12,0
	Grecia	2.361	2.517	3.719	47,8
	Países Bajos	306.889	300.109	350.294	16,7
	Irlanda	22.748	24.748	24.957	0,8
	Italia	165.605	163.274	191.307	17,2
	Luxemburgo	1.740	1.735	2.427	39,9
	Portugal	43.040	38.378	49.191	28,2
	Reino Unido	394.835	492.036	493.397	0,3
	Suecia	86.554	80.642	98.261	21,8
	Total	2.627.253	2.729.536	3.217.963	17,9

Fuente: Dirección General de Aduanas.

Europa ampliada

Una demanda activa y un menor volumen comercializado a este conjunto de países han repercutido positivamente en las cotizaciones medias de exportación, provocando un incremento del 17,3 % del total ingresado por el grupo.

Esta buena respuesta de los mercados de la ampliación ha sido generalizada a excepción de Bulgaria (-17,8 %) y Lituania (-0,4 %), debido al retroceso de los volúmenes comercializados con este destino.

Hay que resaltar el resultado económico de los dos mercados más importantes de este grupo de países para los productos almerienses, Polonia y República Checa, con variaciones porcentuales respecto a 2020/21 del +8,0 % y del +43,9 %, respectivamente.



Tabla 15. Exportaciones de Almería por países en la Europa ampliada. En miles de euros

		2019/20	2020/21	2021/22	Var. 2021/22 (%)
	Bulgaria	3.416	2.835	2.329	-17,8
	Chipre	9	10	11	10,0
	Croacia	2110,0	2314,0	3146,0	36,0
	Eslovaquia	21.507	24.672	30.444	23,4
	Eslovenia	186	1.807	1.833	1,4
	Estonia	4.236	2.868	3.403	18,7
	Hungría	9.762	19.644	27.543	40,2
	Letonia	13.109	8.591	10.218	18,9
	Lituania	13.417	11.859	11.817	-0,4
	Malta	161,0	146,0	227,0	55,5
	Polonia	176.383	173.881	187.706	8,0
	República Checa	60.815	58.498	84.191	43,9
	Rumania	20.649	17.024	17.357	2,0
	Europa ampliada	325.760	324.149	380.225	17,3

Fuente: Dirección General de Aduanas.

Resto de mercados

La comercialización realizada a los países extracomunitarios (excl. Reino Unido) es la que menos ha crecido de los tres grupos considerados, con un incremento del 4,1 % respecto a la campaña anterior.

En este conjunto el signo positivo ha venido de la mano del buen comportamiento de las

hortalizas de la provincia en los mercados noruego y suizo, ya que en el resto la evolución ha sido negativa. En este sentido, ha destacado el retroceso experimentado por Canadá donde el menor volumen enviado no ha podido ser compensado por el incremento del precio medio de exportación.

Tabla 16. Exportaciones de Almería en los mercados de países terceros. En miles de euros

		2019/20	2020/21	2021/22	Var. 2021/22 (%)
	Noruega	10.087	10.175	14.380	41,3
	Suiza	56.381	60.743	61.495	1,2
	Canadá	13.765	6.741	4.531	-32,8
	EEUU	19.970	4.887	4.800	-1,8
	Otros	20.322	16.684	18.065	8,3
	Total	120.525	99.230	103.271	4,1

Fuente: Dirección General de Aduanas.



6. Industria auxiliar



Características del clúster

Este capítulo se ha elaborado con la información aportada por la **Fundación Tecnova** y que ha sido recopilada a través de su **Tecnómetro** anual.

Los resultados expuestos se obtienen a partir de la información proporcionada por empresas radicadas en la provincia, así como de los establecimientos que empresas de otros orígenes mantienen en Almería.

Los datos técnicos del Tecnómetro de Fundación Tecnova



Muestra 2021

63 empresas



Población 2021

156 empresas (matrices, filiales y delegaciones)

El censo de empresas se encuentra repartido entre diferentes actividades. Las que tienen una mayor representatividad sobre el conjunto son:



Nutrición vegetal y fitosanitarios

14,1 %



Semilleros

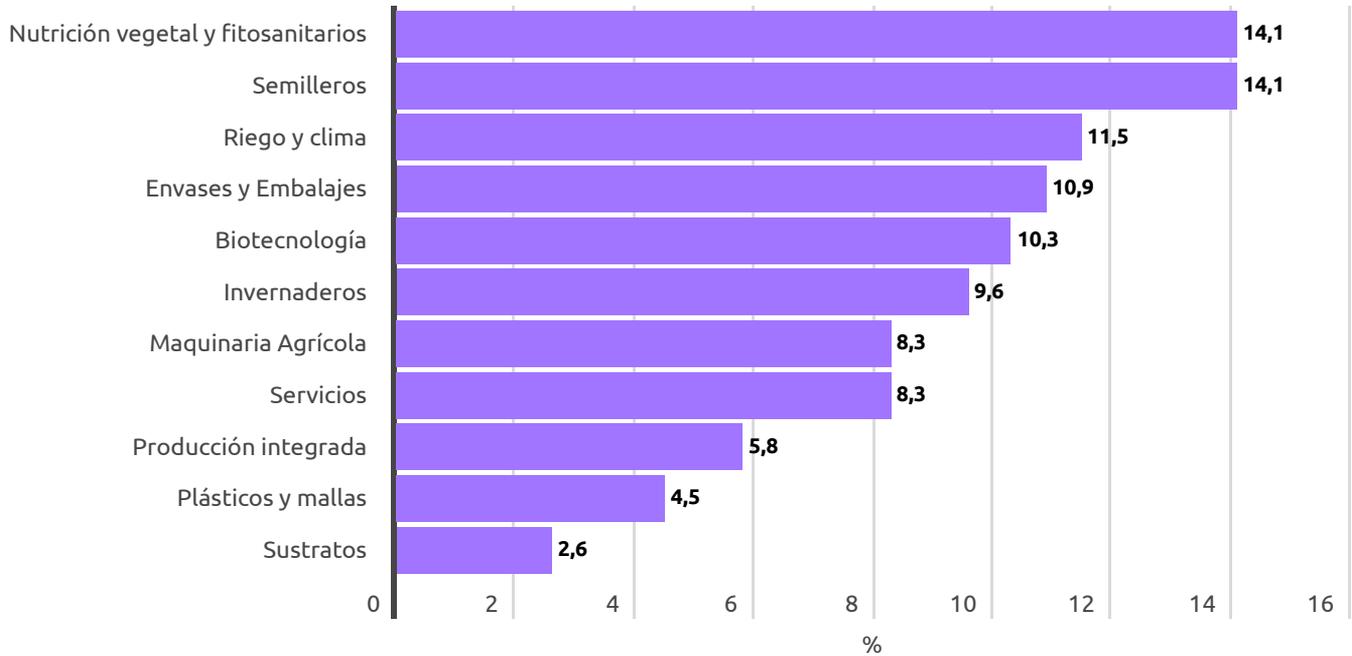
14,1 %



Riego y clima

11,5 %

Gráfico 35. Distribución por subsectores del número de empresas y establecimientos de la industria auxiliar*



* Industria auxiliar de la agricultura. Composición de la población.
Fuente: Fundación Tecnova.

Atendiendo al número de trabajadores, la industria auxiliar se compone principalmente por pequeñas y medianas empresas que representan el 98,7 % del tejido empresarial.

La presencia de empresas/establecimientos con más de 250 trabajadores es minoritaria, de apenas un 1,3 %.



Distribución empresarial:

 **Microempresas** (< 10 trabajadores)
27,6 %

 **Pequeña** empresa (entre 10 y 49 trabajadores)
52,6 %

 **Mediana** empresa (entre 50 y 249 trabajadores)
18,6 %

 **Grande** empresa (> 250 trabajadores)
1,3 %

Si analizamos la composición de clúster según la facturación de sus empresas, se observa que el porcentaje que supera los 6 millones de euros es muy superior al de empresas con más de 250 trabajadores. Así:

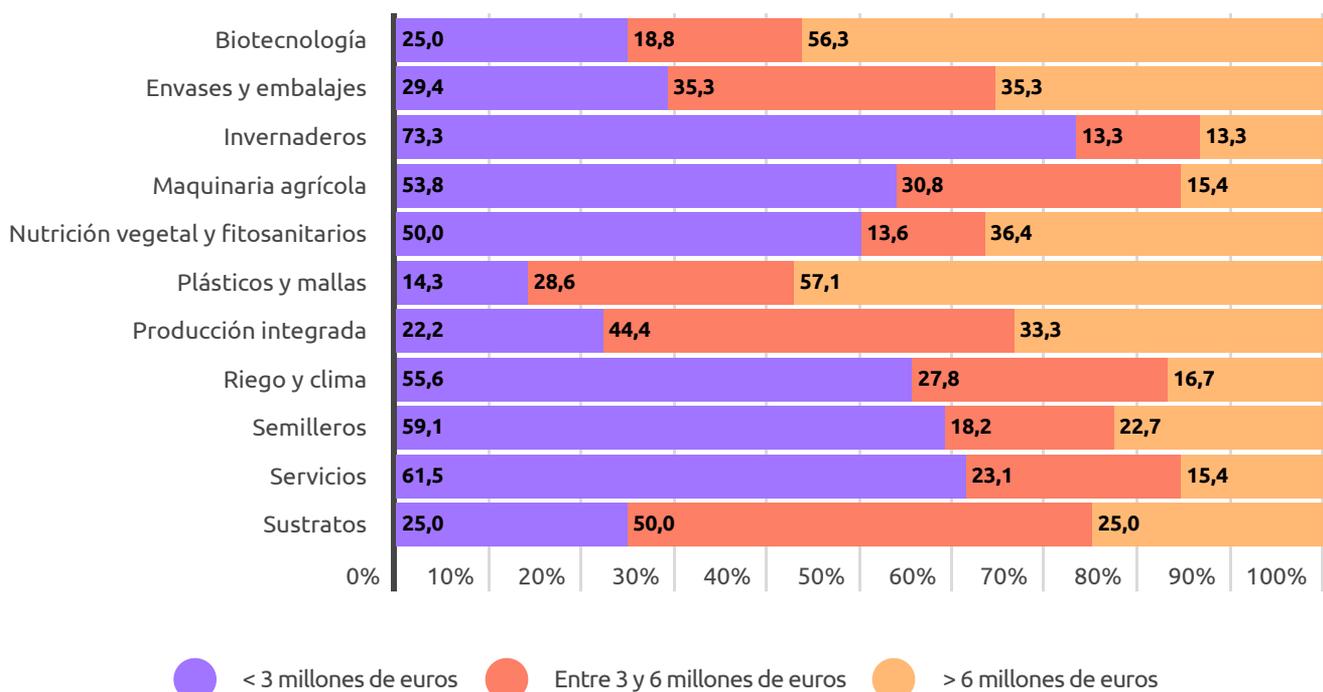
Distribución de las empresas según sus ingresos

- ▶ **< 3 millones de euros: 46,8 %**
- ▶ **entre 3 y 6 millones de euros: 24,4 %**
- ▶ **> 6 millones de euros: 28,8 %**

En cuanto a la distribución de la facturación de la industria según subsectores:

- ▶ Plásticos y mallas, y biotecnología son los subsectores con un mayor número de empresas que ingresan por encima de los 6 millones de euros, superando en ambos casos el 50,0 %.
- ▶ La representatividad de estas empresas (>6 millones de euros) baja de entre el 30-40 % para los sectores de fertilizantes y fitosanitarios, envases y embalajes, y producción integrada. En un tramo medio de facturación (3-6 millones de euros) destaca el subsector de los sustratos con un 50 % de entidades, seguido del de producción integrada con un 44,4 %.
- ▶ Los subsectores en los que predominan las empresas de menor tamaño (<3 millones de euros) son: invernaderos (73,3 %), servicios (61,5 %), semilleros (59,1 %), riego y clima (55,6 %) y maquinaria agrícola (53,8 %).

Gráfico 36. Distribución de las empresas y los establecimientos por intervalo de facturación y subsector*



* Población.

Fuente: Fundación Tecnova.

Respecto al mercado de la industria auxiliar, este continúa siendo mayoritariamente nacional, con una representatividad del 70,6 % en 2021. La muestra de empresas de 2021 sitúa en un 29,4 % la facturación internacional de las empresas exportadoras, las cuales constituyen el 61,9 % de la muestra. Sin embargo, la muestra de empresas de 2020 situaba el perfil exportador en un 71,7 %, es decir, un 9,8 % más elevado que la representación obtenida en 2021, no obstante, la facturación internacional se situaba un 7,7 % por debajo de las cifras obtenidas para 2021.

Respecto a la localización de la competencia, se identifica Países Bajos como el competidor más importante para las actividades de la industria auxiliar, seguido de Italia, Israel y Francia.

Por otra parte, esta edición del Tecómetro revela que la mayoría de las empresas del sector llevan a cabo actividades que minimizan daños ambientales en materia de ahorro de agua, fertilizante y/o electricidad (87,3 %), y el 88,9 % de ellas recicla o reutiliza materiales en el proceso productivo, poniendo de manifiesto el compromiso del sector con la sostenibilidad.

No obstante, la mayor parte de las empresas no ven estas prácticas como algo adicional o específico en su actividad y, por tanto, no lo contabilizan como tal. De ahí que solo el 4,5 % declare que realizan un gasto específico en acciones ecoinnovadoras.

Facturación (%)	2020	2021
Nacional	78,3	70,6
Internacional	21,7	29,4

Exportación (%)	2020	2021
Sí exporta	71,7	61,9
No exporta	28,3	38,1

* Según muestras de los diferentes años.
Fuente: Fundación Tecnova.

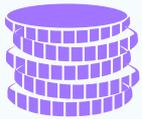




Evaluación de la facturación y el empleo

Facturación

Según el Tecómetro de la Fundación Tecnova:



Facturación

1.311 millones de euros
alcanzó la industria auxiliar en 2021.

Este incremento en la facturación del sector se ha producido por el comportamiento positivo experimentado por la mayoría de los subsectores de la industria en 2021.



+10,1 %
más que en 2020.

Los subsectores con mayores **tasas de crecimiento** han sido:



Nutrición vegetal y fitosanitarios

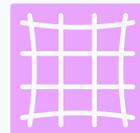
169,3 millones de euros
+23,5 % superior a 2020.

Este incremento se ha visto influenciado por el aumento de los precios de la energía y el petróleo.



Servicios avanzados

+17,4 %



Plásticos y mallas

+11,7 %



Producción integrada

107,8 millones de euros
+21,2 % superior a 2020.



Biotecnología

326,1 millones de euros
+4,0 %

Aunque su tasa de variación no es la más elevada, se trata del subsector que supone el mayor importe de ventas.



Semilleros

+18,1 %

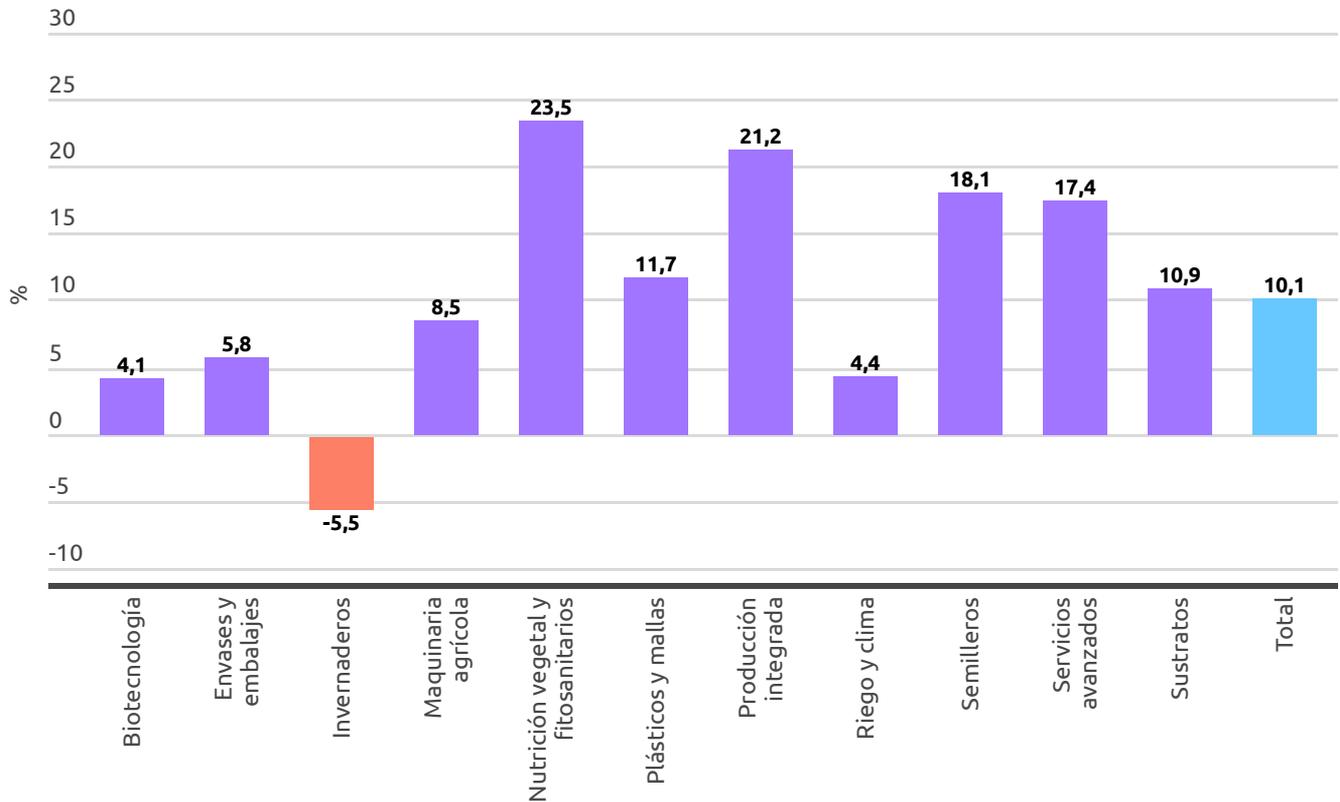
El único sector que ha presentado una **evolución negativa** ha sido:

Invernaderos



46,1 millones de euros
-5,5 % menor que en 2020.

Gráfico 37. Variación 2020-2021 de la facturación en los subsectores de la industria auxiliar de la agricultura*



* Población.

Fuente: Fundación Tecnova.

Tabla 17. Evolución de la facturación de la industria auxiliar de la agricultura*

	2020	2021
(millones de euros)		
Biotecnología	313,21	326,17
Envases y embalajes	196,26	176,69
Invernaderos	54,86	46,08
Maquinaria agrícola	40,72	44,18
Nutrición vegetal y fitosanitarios	137,08	169,30
Plásticos y mallas	174,19	194,55
Producción integrada	88,98	107,88
Riego y clima	97,75	102,09
Semilleros	70,50	83,27
Servicios avanzados	36,59	42,95
Sustratos	16,15	17,90
Facturación total	1.190,93	1.311,06

* Población.

Fuente: Fundación Tecnova.

Empleo

El empleo generado por la industria auxiliar mantiene la tendencia ascendente de los últimos años, con un total de 6.282 personas contratadas en 2021, que ha supuesto un incremento del 5,8 % respecto a 2020.

Es destacable que no solo ha aumentado el número la cifra general del empleo en este sector, sino que también lo ha hecho la cualificación de los trabajadores. Así, el empleo cualificado ha representado el 55,7 % del total en el periodo analizado (+11,4 %).

Destacan los siguientes **subsectores** atendiendo a la **evolución del empleo**:



Biología

1.630 trabajadores
+0,7 %* superior a 2020.

Subsector con mayor número de trabajadores.



Semilleros

1.069 trabajadores
-18,0 %*

El segundo subsector en importancia en el empleo, que ha presentado uno de los descensos más acusados de contratación



Servicios avanzados

570 trabajadores

Ha presentado un mayor crecimiento



Nutrición vegetal y fitosanitarios

639 trabajadores
+36,0 %*



Producción integrada

439 trabajadores
+34,3 %*



Invernaderos

180 trabajadores
-26,5 %*

Ha sufrido el descenso más acusado



Sustratos

66 trabajadores
+13,8 %*

Aunque haya aumentado, se mantiene como el subsector con menor número de personas contratadas.

Tabla 18. Cualificación del empleo

	2019	2020	2021
Tasa de empleo cualificado (%)	48,7	50,0	55,7

Muestras de 2019, 2020 y 2021.

Fuente: Fundación Tecnova.

* Respecto a 2020.

Tabla 19. Evolución del empleo en la industria auxiliar de la agricultura por subsectores*

(número de trabajadores)	2013	2015	2017	2019	2020	2021
Biotecnología	1.093	1.208	1.367	1.656	1.618	1.630
Envases y embalajes	445	468	482	467	505	491
Invernaderos	164	199	225	166	245	180
Maquinaria agrícola	140	163	192	229	257	271
Nutrición vegetal y fitosanitarios	206	252	307	331	470	639
Plásticos y mallas	185	237	322	313	298	368
Producción integrada	198	218	233	269	327	439
Riego y clima	316	359	432	378	476	559
Semilleros	952	1.128	1.443	1.177	1.303	1.069
Servicios avanzados	254	279	323	433	381	570
Sustratos	30	51	55	59	58	66
Empleo total	3.983	4.562	5.381	5.478	5.938	6.282

* Población.

Fuente: Fundación Tecnova.



Conclusiones



Marco económico

La campaña ha comenzado con un entorno económico de recuperación, aunque con el mercado energético y el del transporte tensionado por los desajustes entre la oferta y la demanda generados por la covid -19.

Sin embargo, la invasión de Rusia a Ucrania ha provocado una crisis energética y un elevado incremento de la inflación que está llevando a Europa y sus países miembros, incluida España, a una desaceleración económica, que se espera desemboque en una recesión en los próximos meses.

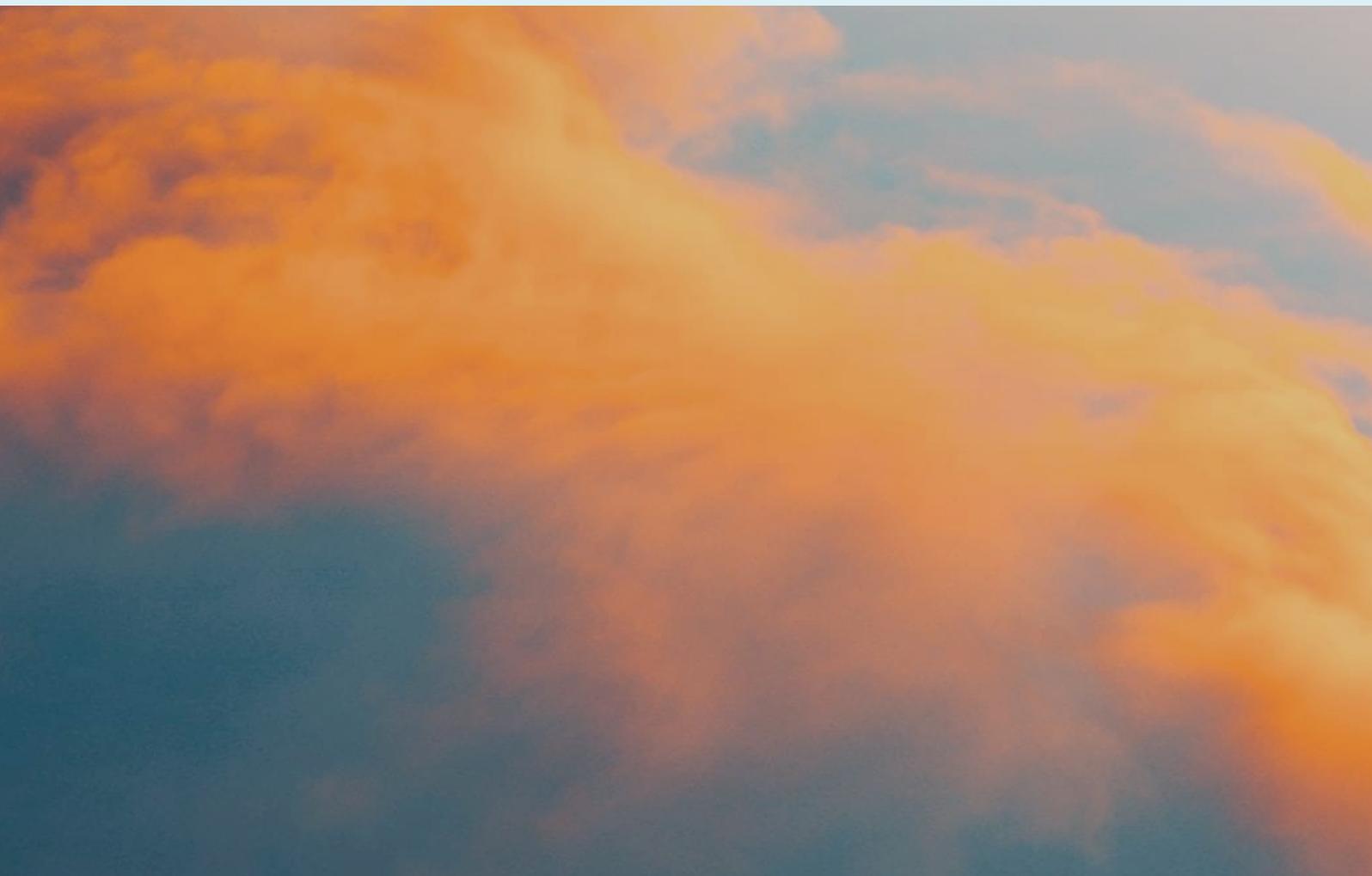
A pesar de estas previsiones, durante la campaña que nos ocupa, el PIB nacional ha aumentado en un 4,3 % y se espera que se mantenga con signo positivo en 2023 (+1,2 %). La evolución del PIB en la eurozona se prevé menos favorable, con un aumento del 3,1 % para 2022 y del 0,5 % para 2023. Esto se debe al efecto de los elevados precios de la energía, una esperada reducción de la demanda y unas mayores restricciones de la política monetaria. No obstante, la evolución del contexto económico nacional e internacional va a depender de las consecuencias del conflicto bélico.



Marco climatológico

La campaña 2021/22 puede considerarse cálida en general, no obstante, el mes de noviembre fue más frío que en la campaña anterior, lo que provocó una ralentización de los cultivos que se mantuvo posteriormente por las temperaturas propias invernales. Son destacables los días de calima en el mes de marzo, que junto con las lluvias que han tenido lugar en marzo, abril y mayo han afectado a la polinización de los cultivos, especialmente

los de melón y sandía, debido al mayor número de días nublados, pero también a la calidad del producto en aquellos que como la lechuga se cultivan al aire libre. Respecto al nivel de precipitaciones caídas durante este periodo productivo en Almería, hay que resaltar que ha sido el más lluvioso de los últimos 10 años con un total de 338,5 l/m². No obstante, estas cantidades son escasas comparadas con las de otras zonas de España.



Superficie y producción

La superficie total de estructuras de invernadero ha aumentado ligeramente hasta las 32.827 hectáreas (+0,8 %).

Sin embargo, se ha producido un retroceso de la superficie total cultivada del 2,6 %, principalmente por la reducción de los cultivos de primavera y la tendencia a la baja de las hectáreas destinadas a la producción de tomate.

Las hortalizas que han aumentado su presencia en la provincia han sido: berenjena (+4,8 %), judía verde (+9,6 %), pepino (+6,3 %) y pimiento (+2,2 %).

La producción total de la campaña también ha descendido debido al menor número de hectáreas cultivadas y a las incidencias climatológicas que tuvieron lugar durante la primavera (calima, lluvias y días nublados). Así, para 2021/22 se ha estimado un total de 3.823.359 toneladas (-8,5 %), de las cuales 3.561.056 toneladas se corresponden a lo producido bajo invernadero.

Los descensos más acusados han tenido lugar en melón (-36,9 %), sandía (-28,1 %) y lechuga (-31,4 %); aunque pimiento, tomate y calabacín también han presentado variaciones de signo negativo, han sido más modestas. Solo pepino (+4,6 %) y berenjena (3,9 %) han aumentado su producción.



Precios e ingresos

El valor de la producción ha alcanzado en esta campaña los 2.976,9 millones de euros, lo que supone un +14,2 % que en 2020/21. La reducción de la oferta ha favorecido la evolución de los precios que han sido de media un 24,8 % superiores a los alcanzados durante la campaña anterior.

Por especie vegetal, calabacín, melón, sandía y tomate han presentado una menor producción, pero una mayor cotización media que ha dado como resultado un incremento de los ingresos finales.

Las hortalizas con una variación positiva en producción y valor han sido judía verde, berenjena y pepino. De todos estos productos han destacado los incrementos experimentados por judía verde (+46,6 %), calabacín (+40,2 %) y pepino (+39,4 %).

En el lado opuesto se encuentran lechuga y pimiento con reducciones en valor del -24,1 % y del -3,4%. En el caso del pimiento, este ha presentado descensos en volumen, precio medio e ingresos. Sin embargo, las mejores cotizaciones alcanzadas por la lechuga no han sido suficientes para compensar la merma productiva.



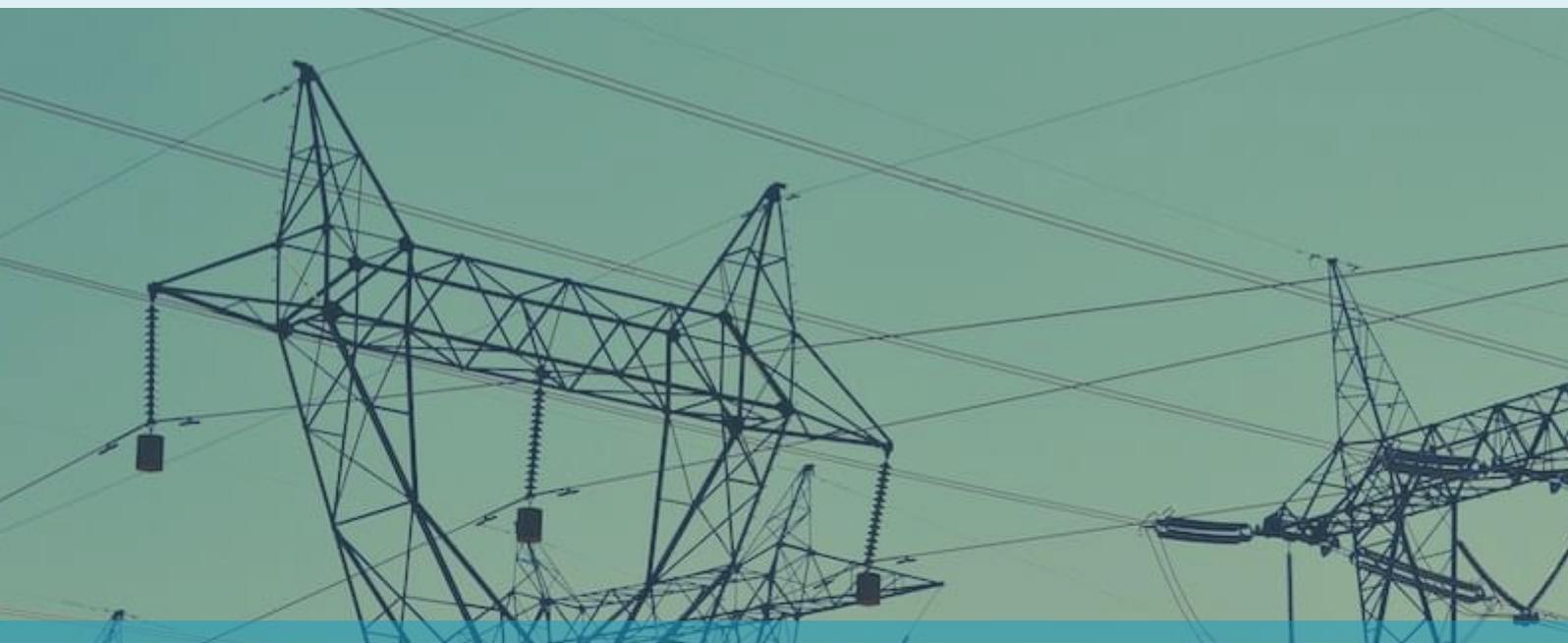
Costes

Esta campaña se ha caracterizado por un incremento de los costes muy acusado que se ha estimado en un +12,0 %, respecto a la campaña anterior. Los desajustes entre la oferta y demanda de productos a nivel global causada por la crisis del coronavirus en la primera mitad del periodo, y la guerra en Ucrania en la segunda mitad han sido los principales responsables. Ambos han provocado una crisis energética que ha hecho aumentar los precios de la electricidad y petróleo, repercutiendo en las diferentes partidas de la estructura de costes.

Los gastos corrientes que más han aumentado han sido los de fertilizantes (+102,1 %) y de la energía (49,6 %).

No obstante, también es destacable el mayor coste del transporte (+14,3 %), el agua (+8,4 %) y los gastos financieros (8,8 %). También han aumentado los gastos de inversión, aunque de una forma más modesta, debido a que son elementos que no se renuevan todos los años y, por lo tanto, solo recogen una parte del crecimiento porcentual experimentado.

Hay que tener en cuenta que la mayoría de los costes han experimentado un crecimiento mayor en el tramo final de campaña y todavía al inicio de 2022/23 continúan al alza, lo que tendrá repercusión en la rentabilidad de los cultivos actuales.



Comercio exterior

Durante 2021/22 el volumen exportado ha disminuido respecto a la campaña anterior en un -4,4 %, con un total de 2.864.211 toneladas de septiembre a junio. Esta contracción de la comercialización exterior se ha debido a una menor cantidad de toneladas ofertadas desde la provincia. No obstante, la representatividad de las exportaciones sobre el total producido se ha estimado en un 74,9 %, lo que muestra la experiencia y madurez del sector en los mercados internacionales, así como la importancia económica de estos en el balance de campaña. De hecho, el valor obtenido de la exportación de las frutas y hortalizas de la provincia ha alcanzado su máximo histórico con 3.701,5 millones de euros, un 17,4 % que en 2020/21.

Por productos, destaca el buen comportamiento de pimiento y pepino que han aumentado tanto las cantidades comercializadas, como los ingresos obtenidos. La judía verde, por el contrario, ha protagonizado las cifras más desfavorables con retrocesos en volumen, precio medio y valor. El resto de las hortalizas, han reducido sus envíos exteriores pero incrementado el

precio medio de exportación dando lugar a un aumento del valor de las ventas. Los productos con mayores crecimientos en su cotización media han sido melón, sandía, calabacín y tomate, con variaciones superiores al 30 %.

La Unión Europea y Reino Unido siguen siendo el principal destino de nuestras hortalizas con más del 86% de representatividad tanto en volumen como en valor. En este periodo el mejor resultado económico de las exportaciones se ha dejado notar en la mayor parte de los países tanto dentro como fuera de la Unión. Si consideramos los cuatro principales destinos, hay que destacar el comportamiento de Alemania con aumentos en volumen (+2,8 %) y valor (+25,5 %). Francia, Países Bajos y Reino Unido han importado menos producto, aunque el importe obtenido de la comercialización ha superado al alcanzado en la campaña anterior. La peor evolución de las exportaciones ha tenido lugar en la Europa ampliada y en los países extracomunitarios, produciéndose durante esta campaña una mayor focalización en los destinos más relevantes para el sector.

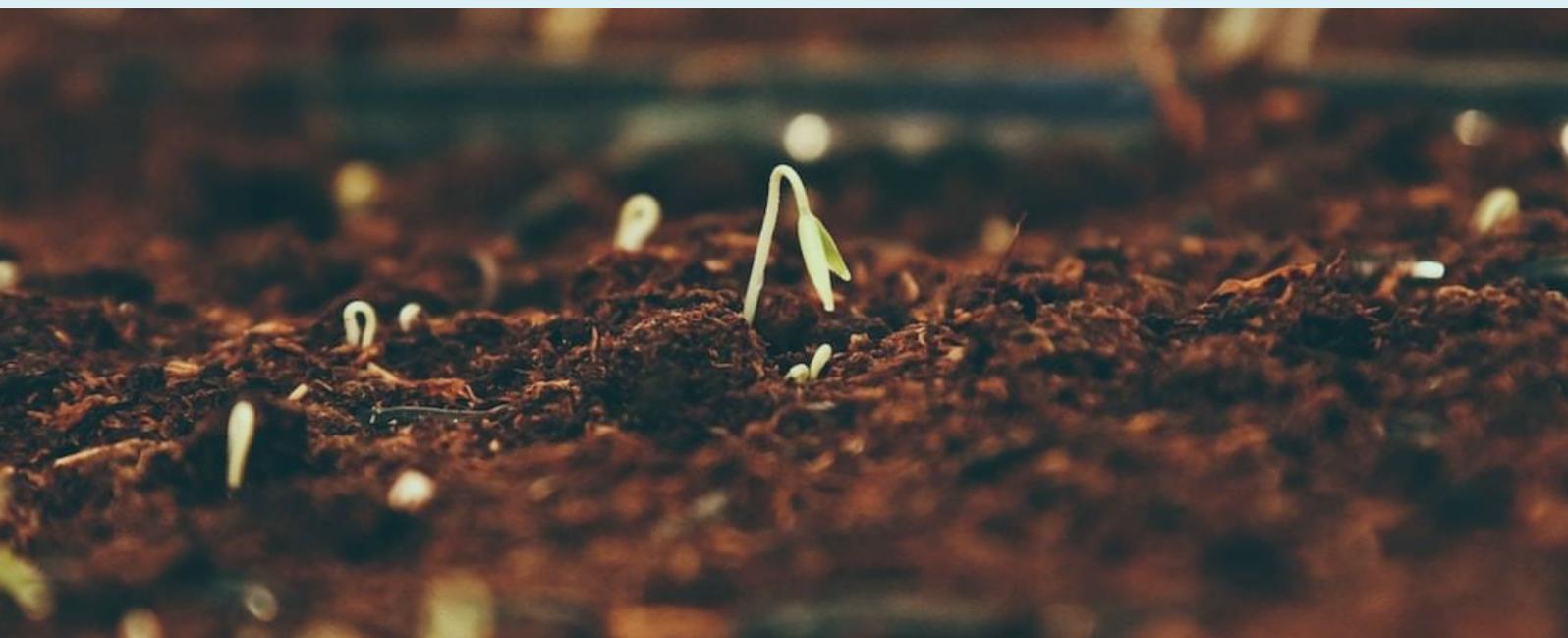
Industria auxiliar

Los datos del Tecómetro 2021, aportados por la Fundación Tecnova, muestran un crecimiento del sector de la industria auxiliar del 10,1 % respecto de 2020 hasta los 1.311 millones de euros. En esta edición el comportamiento de los diferentes subsectores de la industria ha sido positivo, a excepción del de invernaderos (-5,5 %).

Destaca la evolución positiva de las actividades relacionadas con la nutrición vegetal y fitosanitarios (+23,5 %), producción integrada (+21,2 %), semilleros (+18,1 %) y servicios avanzados (+17,4 %).

Las cifras de empleo también han mejorado con un incremento del 5,8 % en el número de trabajadores (6.282 personas contratadas) y una mayor representatividad del empleo cualificado que ha supuesto el 55,7 % del total.

Respecto a la evolución de los mercados de la industria auxiliar, el mercado nacional se mantiene como el de mayor relevancia. No obstante, la facturación procedente de la actividad internacional ha aumentado respecto a 2020, representando un 29,4 % del total facturado.



Reflexiones finales

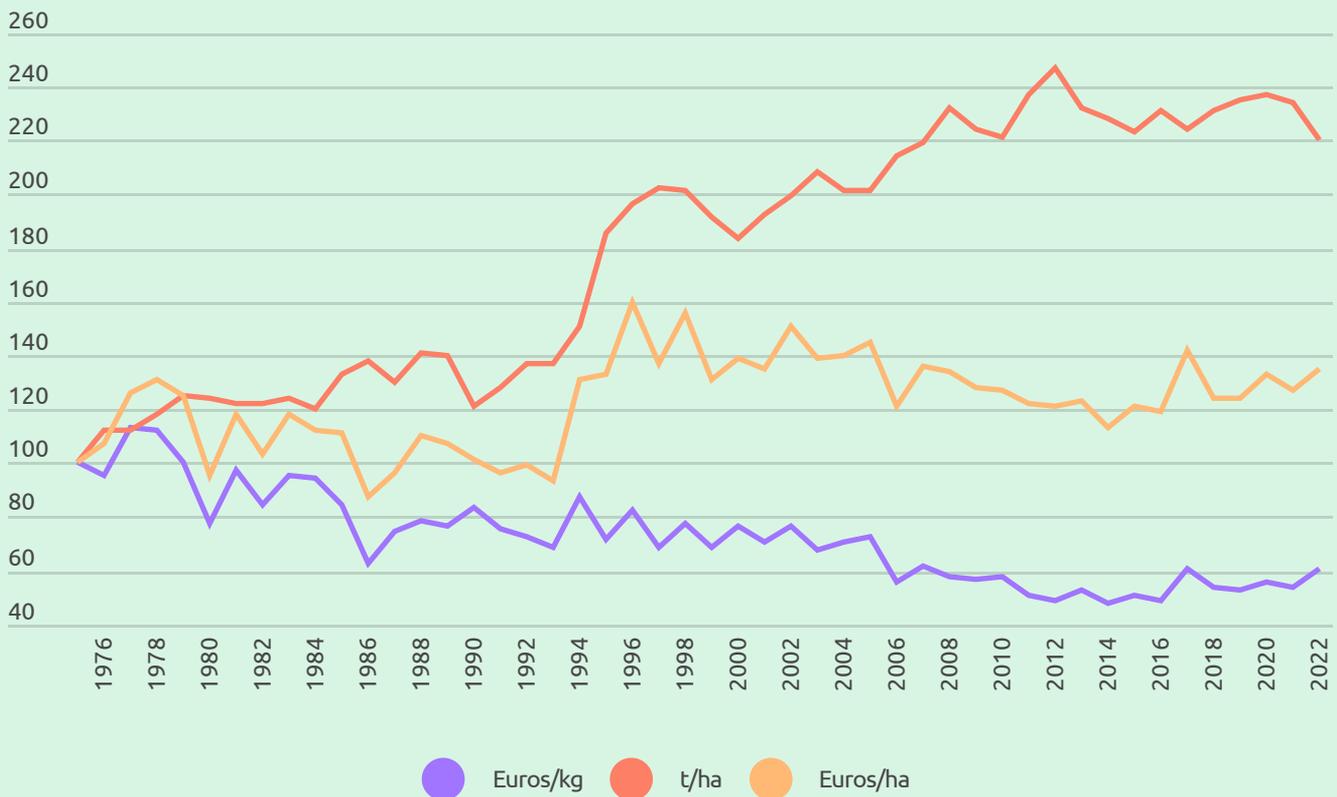
A close-up photograph of fresh vegetables, including two green cucumbers and three red tomatoes, all covered in water droplets. The vegetables are arranged on a dark, wet surface, possibly a cutting board, which is also covered in water droplets. The lighting is dramatic, highlighting the textures and colors of the produce.

La campaña hortofrutícola 2021/22 se ha caracterizado por un contexto económico y geopolítico complicado debido todavía a la crisis causada por el coronavirus y las consecuencias de la posterior invasión de Rusia a Ucrania. Esta última ha provocado un incremento de los precios de los insumos de producción que, junto con la sequía, han supuesto la mayor preocupación para los agricultores en todo el territorio nacional.

Los costes que más han aumentado han sido los que tienen una mayor dependencia de la evolución de los mercados energéticos: electricidad, plásticos y fertilizantes, entre otros. Para la agricultura bajo invernadero almeriense todo ello se ha traducido en un aumento del 12,0 % del total de gastos estimados por hectárea.

Si bien es cierto que la contracción de la producción en la provincia (-8,5 %) ha favorecido la comercialización de las hortalizas, permitiendo una cierta amortiguación del incremento de los costes. También lo es la necesidad de seguir aumentando la rentabilidad del sector, presentándose este como uno de los principales retos del de la agricultura intensiva. Especialmente, en un contexto internacional inflacionista, que está repercutiendo en todos los sectores, incluidos los que conforman los costes de producción y agravado por el crecimiento de los tipos de interés en un intento de contener la inflación, aún con el riesgo de entrar en recesión.

Evolución de la rentabilidad de la producción hortícola. 1975=100



Fuente: SOIVRE, Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo sostenible de la Junta de Andalucía y empresas del sector. Elaboración propia.

Como se ha ido indicando en informes anteriores, la digitalización es un gran aliado para aumentar la rentabilidad, entendida como una evolución constante de mejoras en las técnicas de producción. Esto va a permitir la toma de decisiones basadas en parámetros objetivos, optimizando el uso de los insumos tan necesario en las circunstancias actuales y que además aporta al sistema productivo un mayor grado de sostenibilidad.

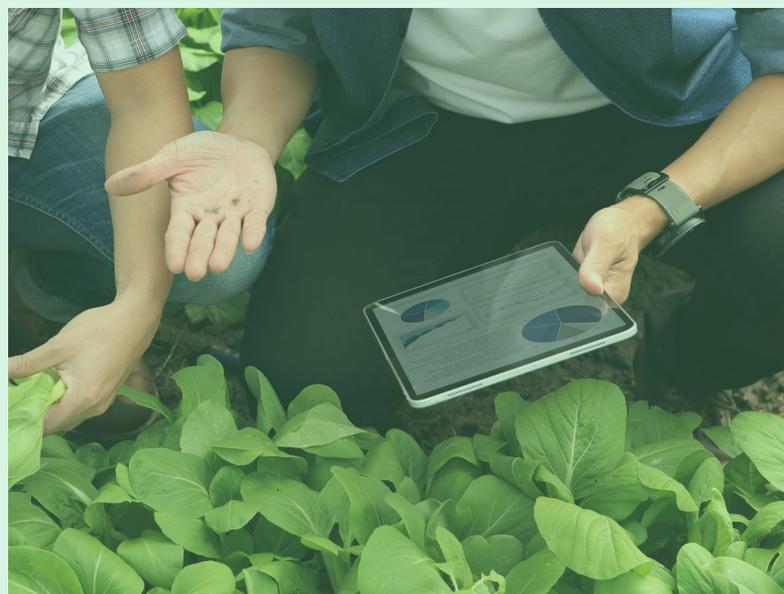
La sostenibilidad, sin duda, es cada vez más necesaria y valorada por los consumidores. Además, es un área en la que el sector lleva años trabajando, como pone de manifiesto el avance de la superficie de cultivo con técnicas de control biológico, la investigación en el manejo integral del suelo, o la cada vez mayor eficiencia en el uso del agua de riego, siendo un referente en la optimización de recursos.

Asimismo, la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías como la inteligencia artificial (IA) o la robótica aplicada a la agricultura se prevé que contribuyan a la sostenibilidad de las explotaciones y faciliten las labores de cultivo, atrayendo mano de obra más cualificada. Los costes derivados de la mano de obra, principal coste de producción para la horticultura intensiva, son uno de los principales impulsores de la investigación en la automatización de tareas. Actualmente, se prevé esta sea parcial en el corto plazo y focalizada en determinadas labores debido que la diversidad de hortalizas y sistemas productivos dificultan el desarrollo e implantación de estas técnicas. No obstante, la velocidad en la generación de tecnología puede cambiar este escenario y que la implantación en campo sea cada vez más cercana.

El papel de la digitalización, la IA o la robótica no solo mejoran la eficiencia y sostenibilidad de los procesos productivos y, por tanto, optimiza los costes. Sino que tiene una gran utilidad para incrementar los ingresos de explotación. Así, hablamos de grandes aliados en la comercialización de nuestros productos, que nos permiten conocer el perfil y demandas de las generaciones más jóvenes y, por tanto, fomentar el consumo y valoración de nuestros productos en el presente y futuro.

Otras herramientas para mejorar la rentabilidad vendrán de la mano de diferentes ramas de la ciencia aplicadas a la creación de nuevos alimentos y otros bienes que valoricen los subproductos generados en la producción. Para que de esta manera su gestión deje de ser un gasto, acercándonos cada vez más a completar el recorrido de una economía circular.

Finalmente, es necesario destacar la importancia de la industria auxiliar y su contribución en el desarrollo del sector agrícola de la provincia, aportándole la tecnología y los recursos necesarios para alcanzar los objetivos de rentabilidad y sostenibilidad anteriormente mencionados.



Anexo

Ficha de productos



Anexo. Fichas de productos



Berenjena



Tomate



Calabacín



Tomate larga vida



Judía verde



Tomate rama



Pepino



Tomate cherry



Pimiento



Lechuga



Pimiento california verde



Melón



Pimiento california rojo



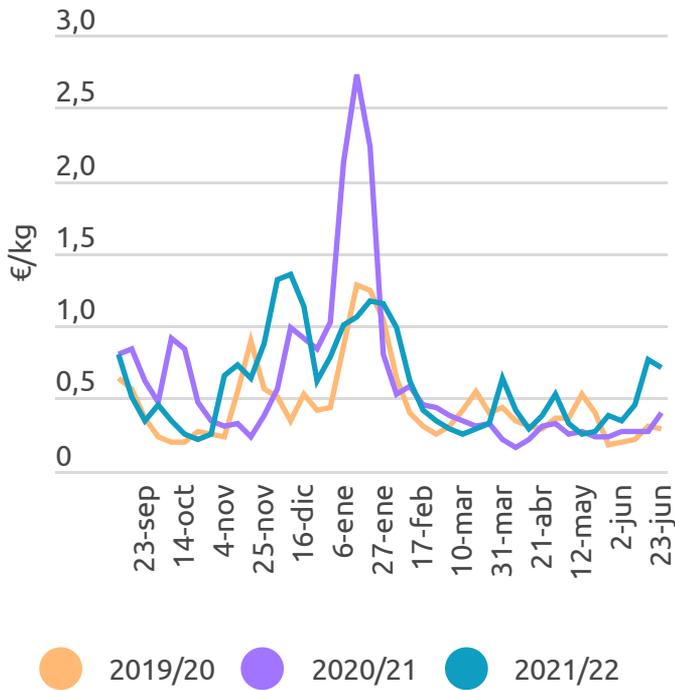
Sandía



**Pimiento california
amarillo**



Precios medios semanales en origen



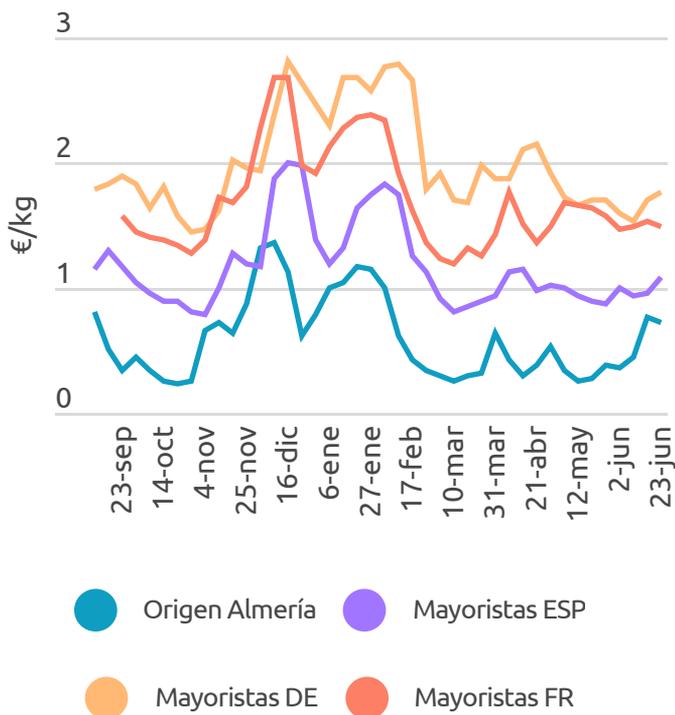
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Distribución mensual de la producción



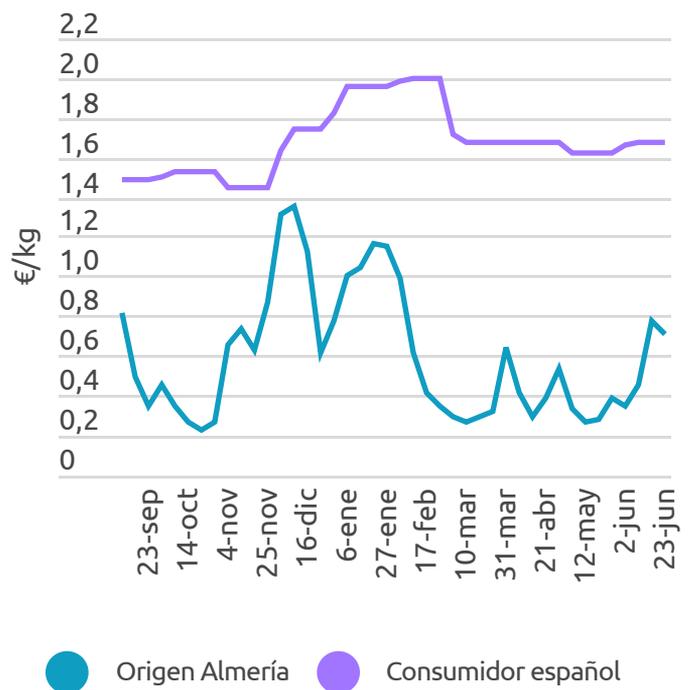
Fuente: Delegación provincial del SOIVRE. Elaboración propia.

Comparación de precios medios en origen y mercados europeos



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía y France Agrimer y Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Elaboración propia.

Comparación de precios medios semanales en origen y supermercados españoles

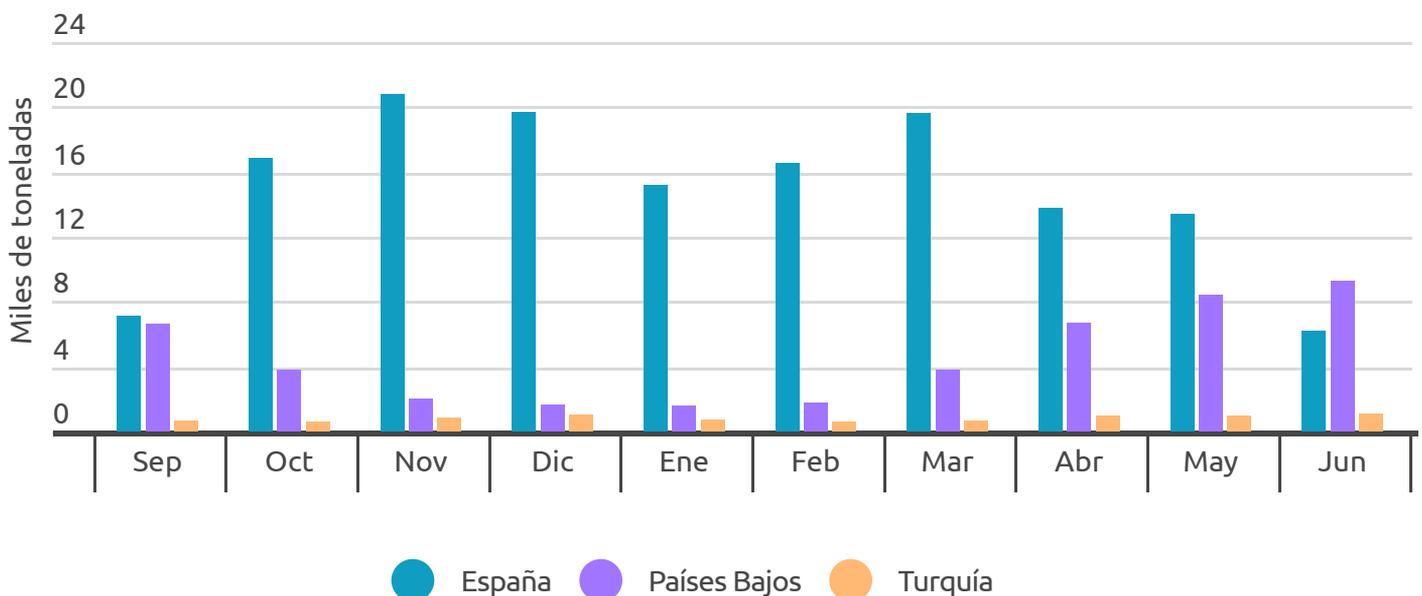


Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.



Importaciones a la UE-27+Reino Unido y cuota mensual de mercado de los principales proveedores

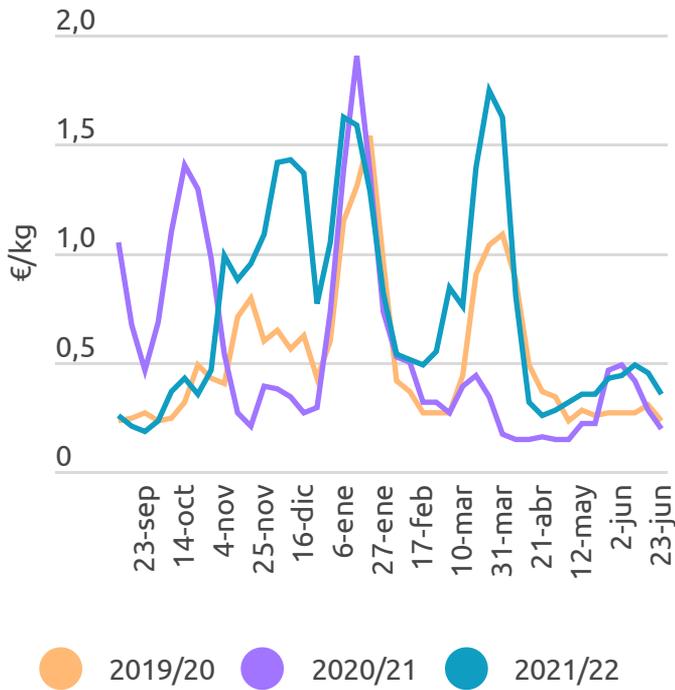
		Miles de toneladas			Millones de euros		
		2020/21	2021/22	% var.	2020/21	2021/22	% var.
	España	155,03	149,38	-3,65	163,10	175,98	7,89
	Países Bajos	43,51	45,56	4,71	56,75	61,98	9,22
	Bélgica	7,63	6,78	-11,17	7,37	7,64	3,70
	Francia	3,11	4,60	47,94	4,37	7,61	73,93
	Italia	4,07	3,59	-11,64	5,92	5,43	-8,36
	Austria	3,94	3,56	-9,59	4,71	5,56	17,98
	Grecia	1,76	1,35	-23,23	1,17	0,80	-31,96
	Alemania	1,37	0,89	-35,13	2,45	1,79	-27,12
	Resto UE-27	17,87	15,14	-15,24	22,30	21,52	-3,50
	Total UE-27	238,28	230,85	-3,12	268,16	288,30	7,51
	Turquía	9,21	8,00	-13,09	9,33	10,16	8,80
	Macedonia	1,37	1,38	0,44	0,36	0,28	-23,63
	Resto Extra UE-27	5,32	4,52	-14,99	10,20	9,18	-10,02
	Total Extra UE-27	15,90	13,90	-12,56	19,90	19,61	-1,44
	Total	254,18	244,75	-3,71	288,06	307,92	6,89



Fuente: Datacomex y Eurostat. Elaboración propia.



Precios medios semanales en origen



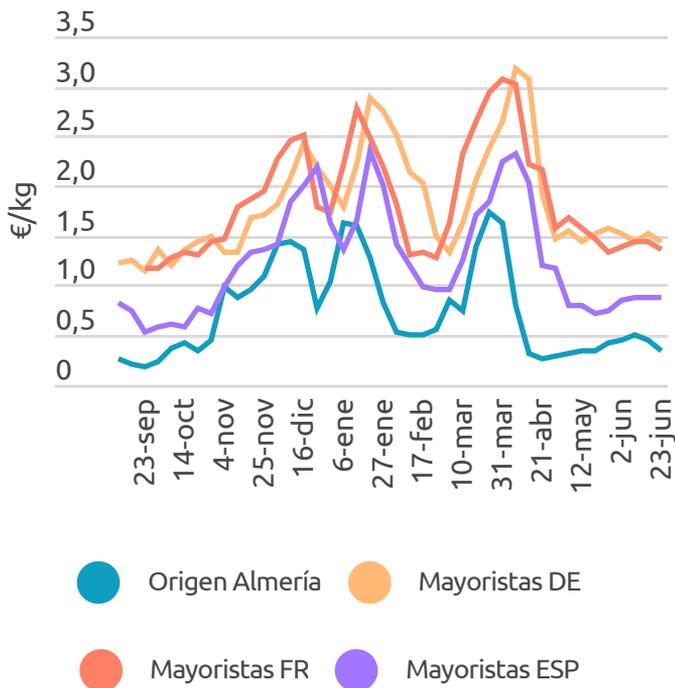
Distribución mensual de la producción



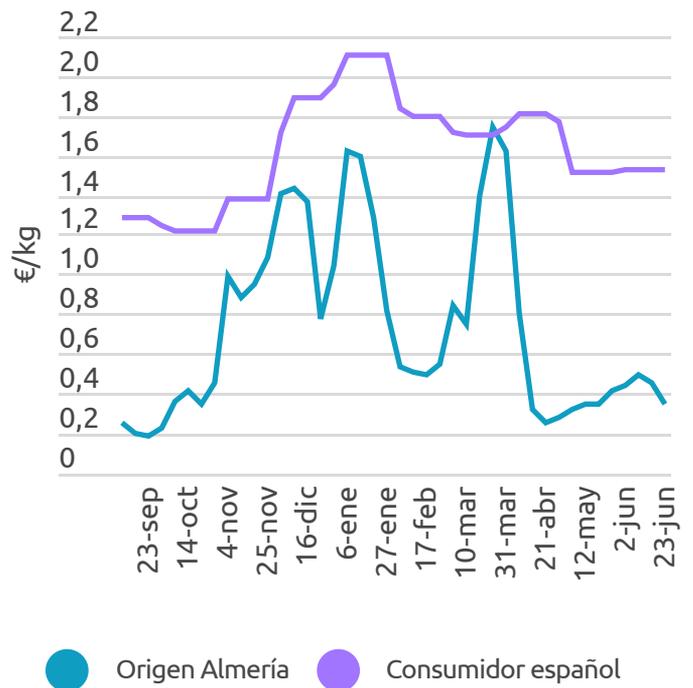
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Fuente: Delegación provincial del SOIVRE. Elaboración propia.

Comparación de precios medios en origen y mercados europeos



Comparación de precios medios semanales en origen y supermercados españoles



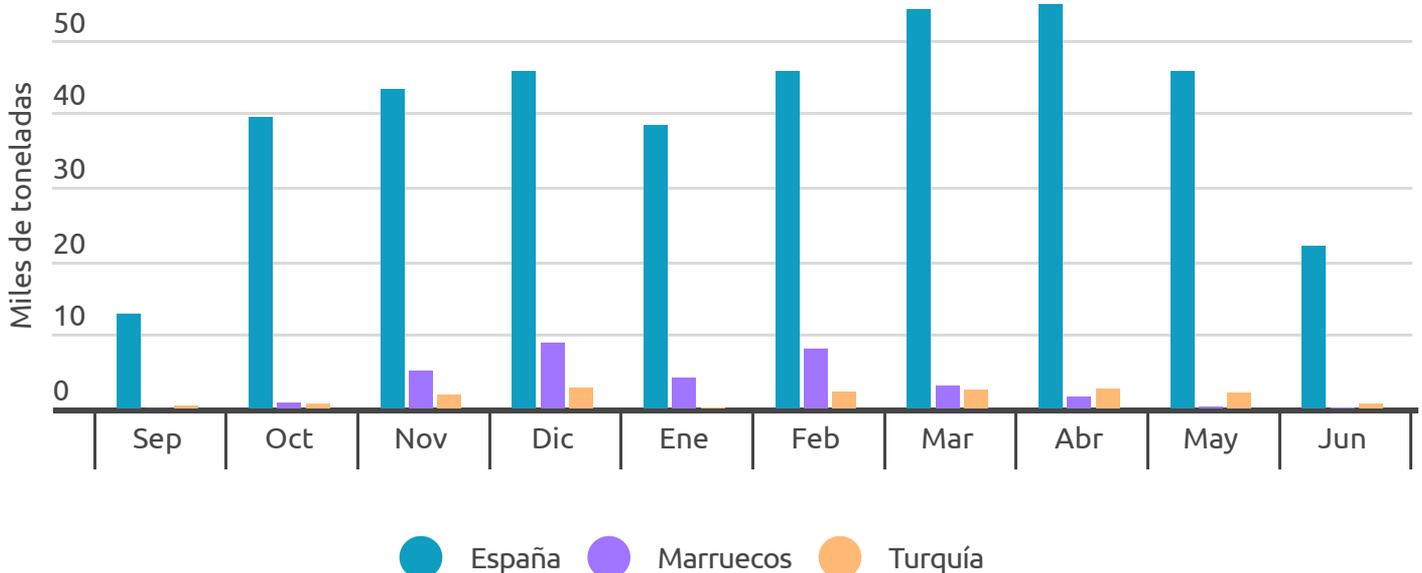
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía y France Agrimer y Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Elaboración propia.

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.



Importaciones a la UE-27+Reino Unido y cuota mensual de mercado de los principales proveedores

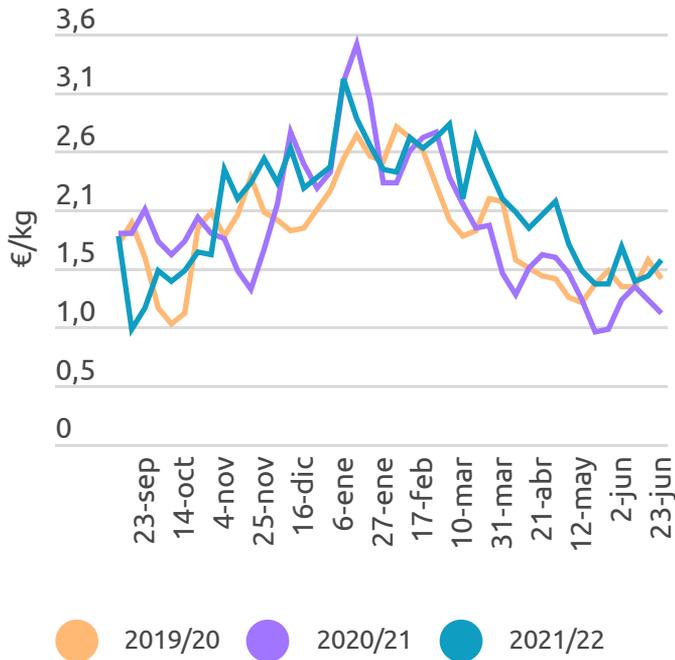
		Miles de toneladas			Millones de euros		
		2020/21	2021/22	% var.	2020/21	2021/22	% var.
	España	420,20	365,87	-12,93	384,03	444,28	15,69
	Italia	21,85	21,28	-2,64	28,70	32,57	13,46
	Países Bajos	20,41	20,88	2,30	25,03	30,60	22,26
	Francia	16,11	18,43	14,36	16,66	25,87	55,32
	Portugal	6,37	6,10	-4,36	3,31	4,00	20,73
	Bélgica	5,32	5,09	-4,44	4,99	4,83	-3,19
	Austria	4,20	4,68	11,44	5,00	6,47	29,41
	Alemania	3,60	2,87	-20,21	4,91	4,31	-12,26
	Resto UE-27	6,53	5,68	-12,98	5,71	6,17	8,00
	Total UE-27	504,60	450,87	-10,65	478,34	559,10	16,88
	Marruecos	34,70	41,75	20,33	29,81	48,04	61,14
	Turquía	24,31	26,72	9,89	19,35	24,31	25,59
	Resto Extra UE-27	2,30	2,81	21,92	3,60	4,60	27,62
	Total Extra UE-27	61,31	71,28	16,25	52,77	76,94	45,81
	Total	565,92	522,14	-7,74	531,11	636,04	19,76



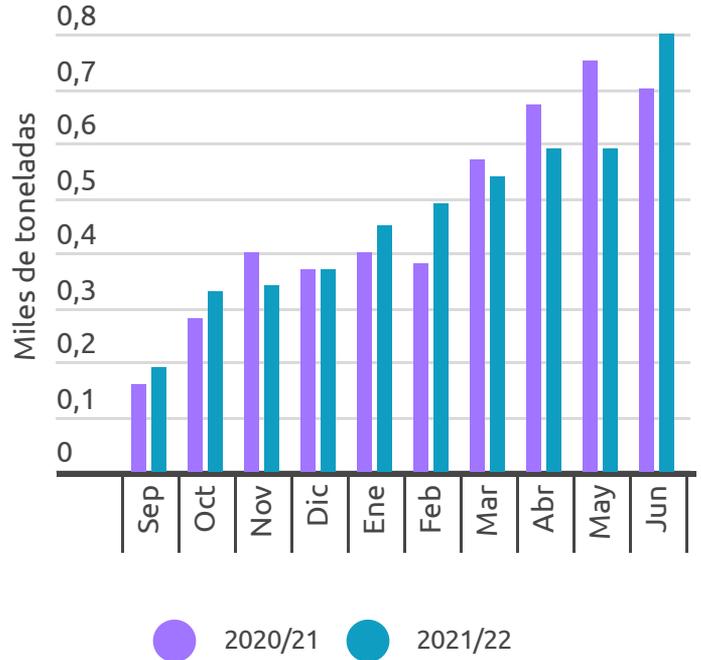
Fuente: Datacomex y Eurostat. Elaboración propia.



Precios medios semanales en origen



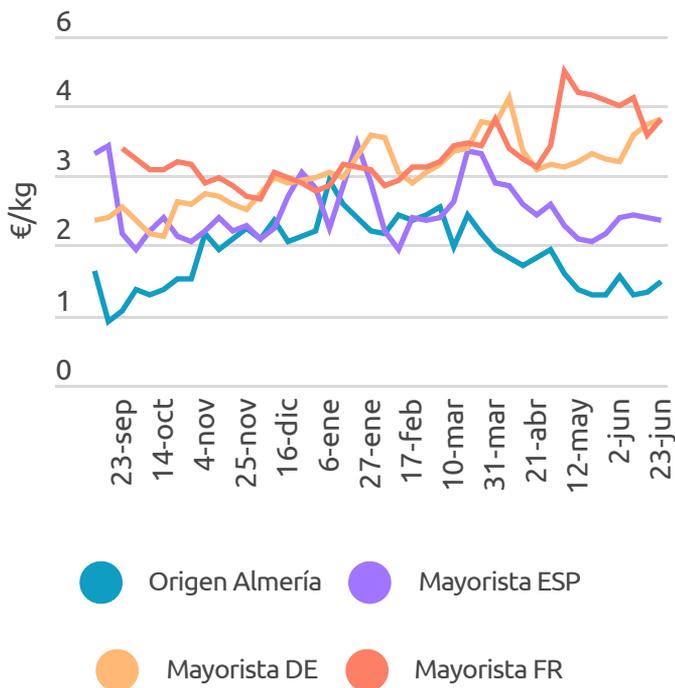
Distribución mensual de la producción



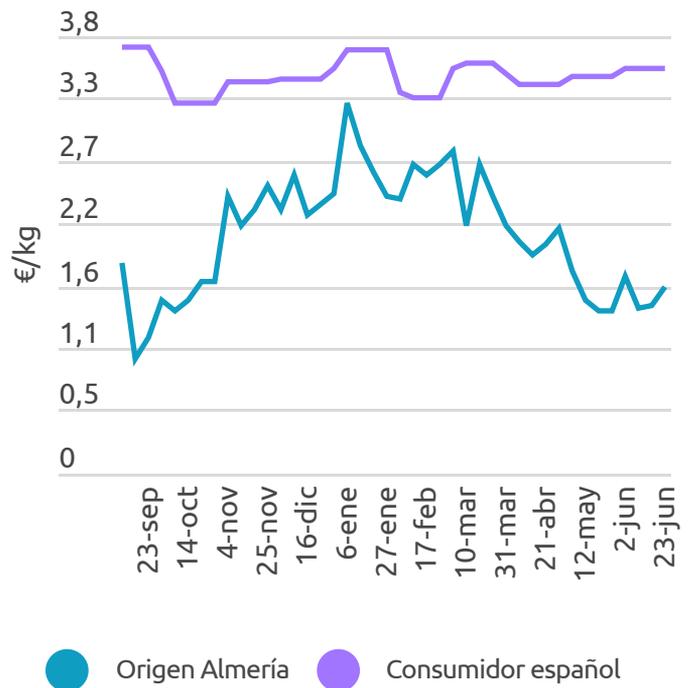
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Fuente: Delegación provincial del SOIVRE. Elaboración propia.

Comparación de precios medios en origen y mercados europeos



Comparación de precios medios semanales en origen y supermercados españoles



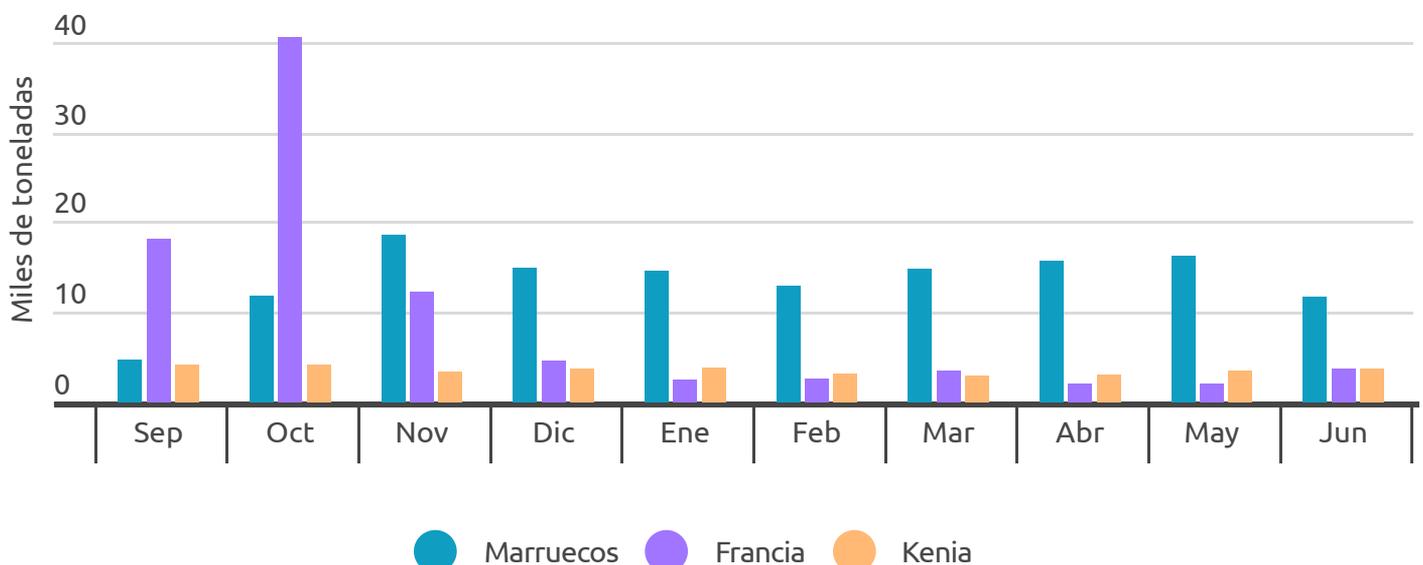
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía y France Agrimer y Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Elaboración propia.

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.



Importaciones a la UE-27+Reino Unido y cuota mensual de mercado de los principales proveedores

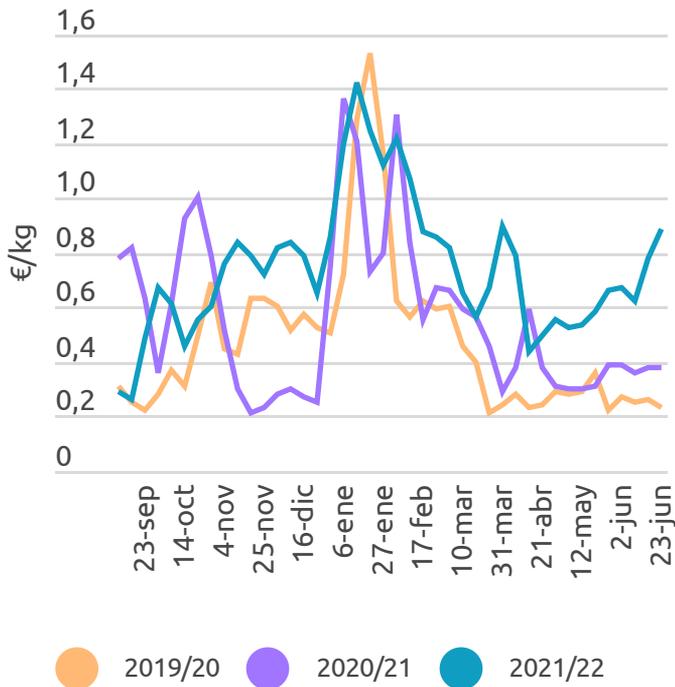
		Miles de toneladas			Millones de euros		
		2020/21	2021/22	% var.	2020/21	2021/22	% var.
	Francia	70,49	91,83	30,27	46,18	52,65	14,02
	Países Bajos	28,49	32,90	15,48	77,41	65,57	-15,29
	España	19,75	17,88	-9,46	37,89	35,34	-6,75
	Alemania	12,96	14,85	14,58	11,83	8,80	-25,59
	Bélgica	6,84	6,33	-7,52	15,59	11,44	-26,63
	Polonia	4,54	2,75	-39,46	5,73	3,83	-33,14
	Resto UE-27	3,87	3,72	-3,82	6,63	5,66	-14,55
	Total UE-27	146,94	170,26	15,87	201,26	183,30	-8,92
	Marruecos	146,06	136,10	-6,82	220,12	225,58	2,48
	Kenia	39,50	35,65	-9,74	137,72	126,15	-8,40
	Senegal	21,28	22,14	4,03	36,67	41,95	14,41
	Egipto	26,13	19,49	-25,41	58,98	51,21	-13,19
	Resto Extra UE-27	9,79	6,95	-29,00	29,36	21,01	-28,43
	Total Extra UE-27	242,76	220,33	-9,24	482,85	465,90	-3,51
	Total	389,70	390,59	0,23	684,10	649,20	-5,10



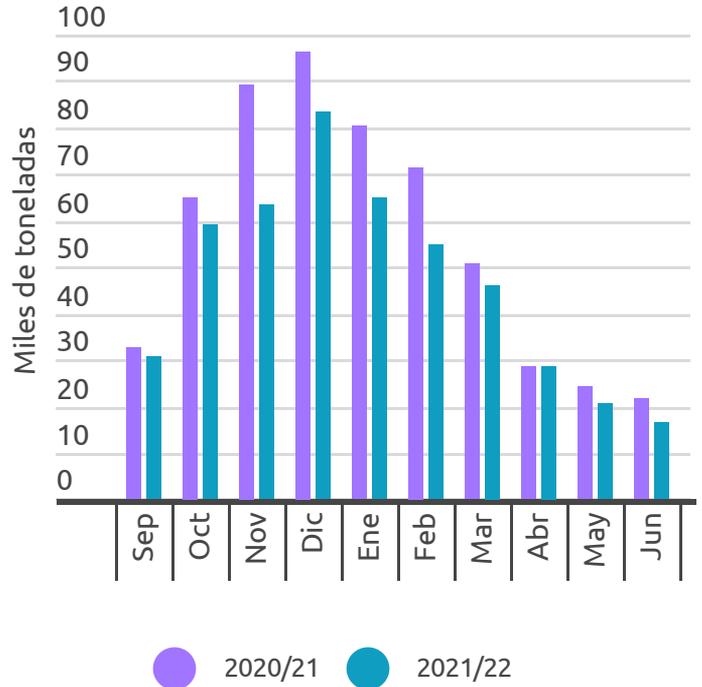
Fuente: Datacomex y Eurostat. Elaboración propia.



Precios medios semanales en origen



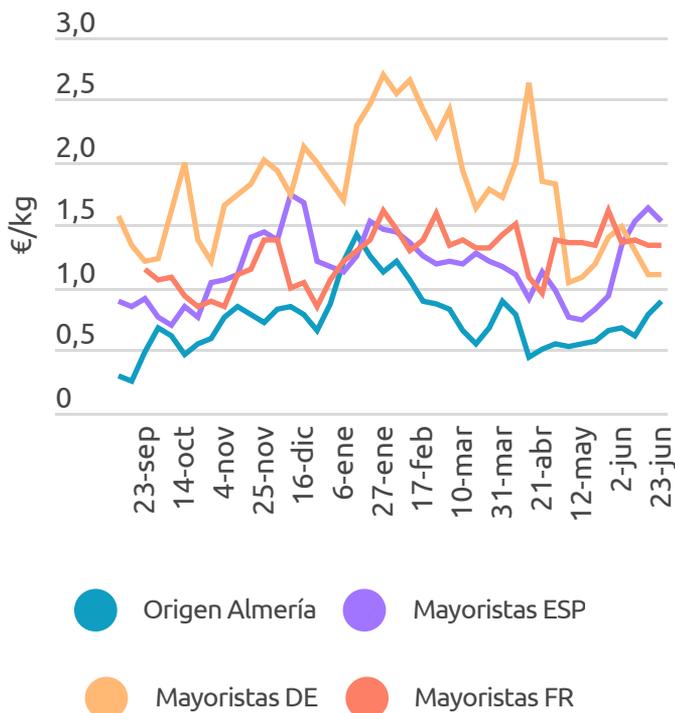
Distribución mensual de la producción



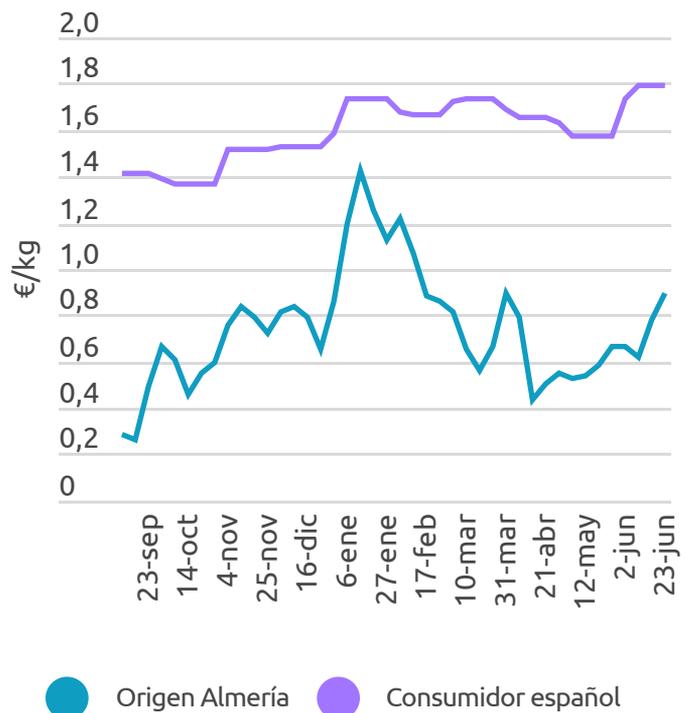
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Fuente: Delegación provincial del SOIVRE. Elaboración propia.

Comparación de precios medios en origen y mercados europeos



Comparación de precios medios semanales en origen y supermercados españoles



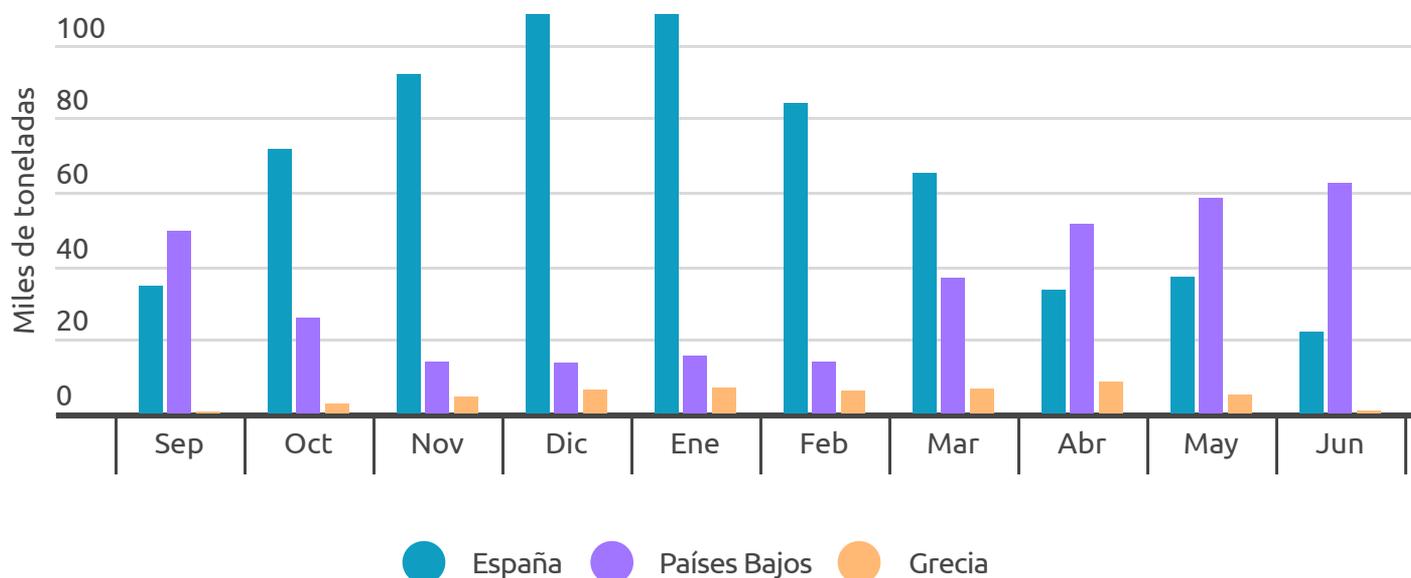
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía y France Agrimer y Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Elaboración propia.

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.



Importaciones a la UE-27+Reino Unido y cuota mensual de mercado de los principales proveedores

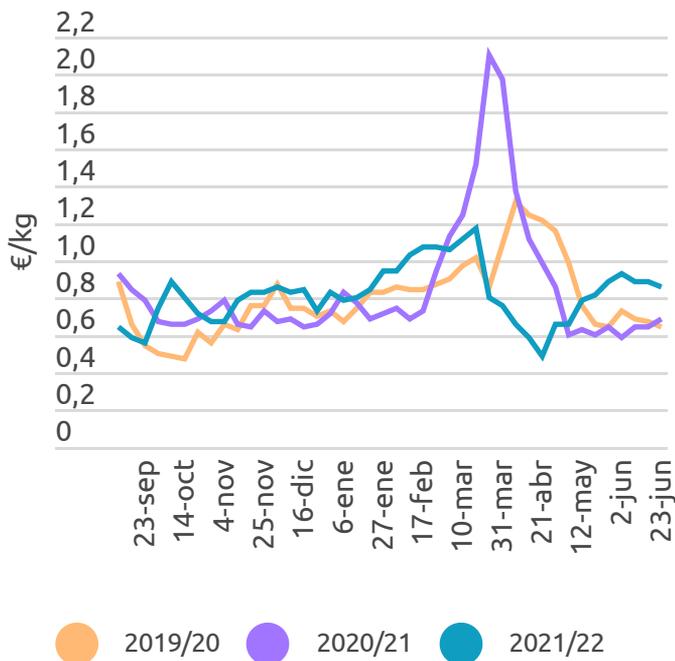
		Miles de toneladas			Millones de euros		
		2020/21	2021/22	% var.	2020/21	2021/22	% var.
	España	636,37	657,60	3,34	610,52	783,10	28,27
	Países Bajos	364,54	341,75	-6,25	374,75	388,27	3,61
	Grecia	43,67	48,22	10,42	34,42	43,78	27,19
	Bélgica	35,92	30,37	-15,45	31,79	31,15	-2,03
	Alemania	8,82	11,74	33,12	8,13	10,54	29,62
	Polonia	11,23	10,54	-6,15	12,28	13,79	12,30
	Austria	7,73	10,00	29,37	6,48	10,07	55,37
	Rumanía	10,55	8,84	-16,21	4,65	5,31	14,03
	Resto UE-27	34,09	35,05	2,82	36,32	41,47	14,17
	Total UE-27	1.152,92	1.154,11	0,10	1.119,35	1.327,47	18,59
	Marruecos	17,83	21,12	18,46	17,04	19,68	15,47
	Albania	8,57	13,00	51,70	5,14	8,51	65,53
	Resto Extra UE-27	41,49	33,97	-18,14	34,27	33,48	-2,29
	Total Extra UE-27	67,89	68,08	0,28	56,45	61,67	9,25
	Total	1.220,81	1.222,19	0,11	1.175,80	1.389,15	18,14



Fuente: Datacomex y Eurostat. Elaboración propia.



Precios medios semanales en origen



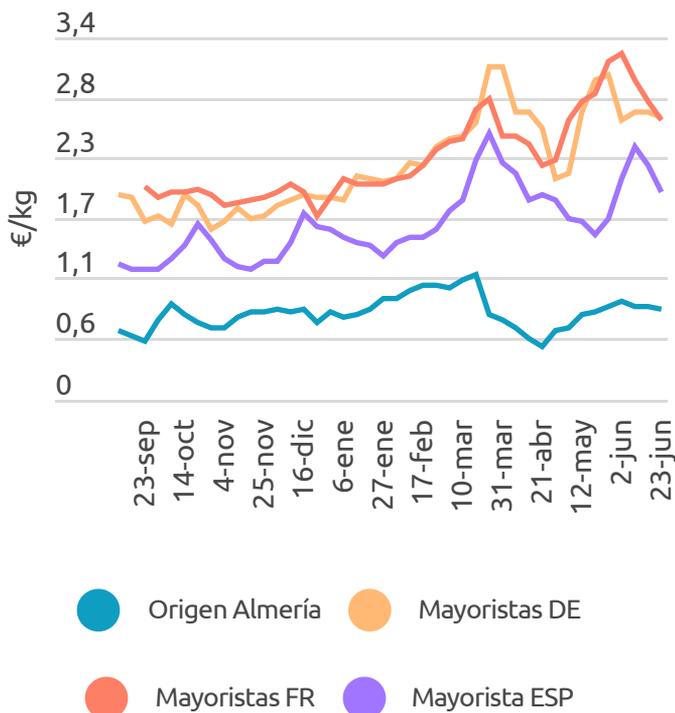
Distribución mensual de la producción



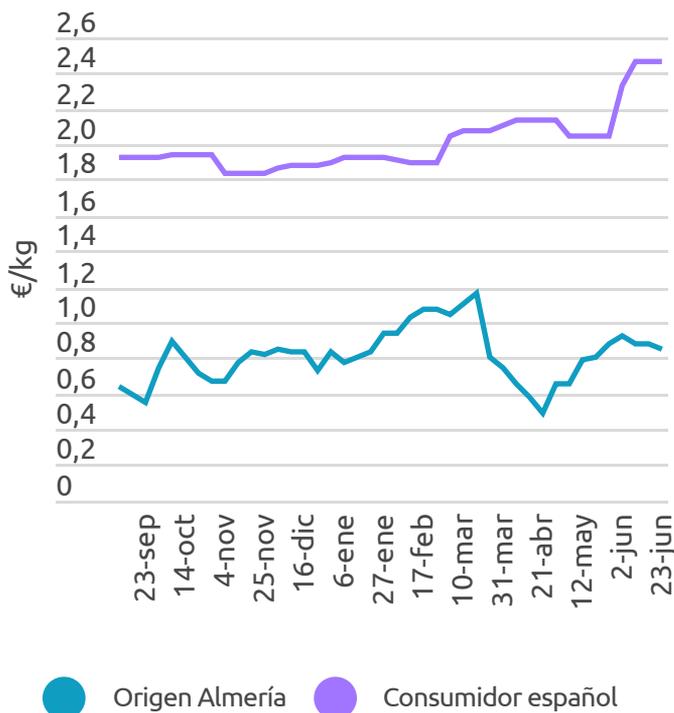
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Fuente: Delegación provincial del SOIVRE. Elaboración propia.

Comparación de precios medios en origen y mercados europeos



Comparación de precios medios semanales en origen y supermercados españoles



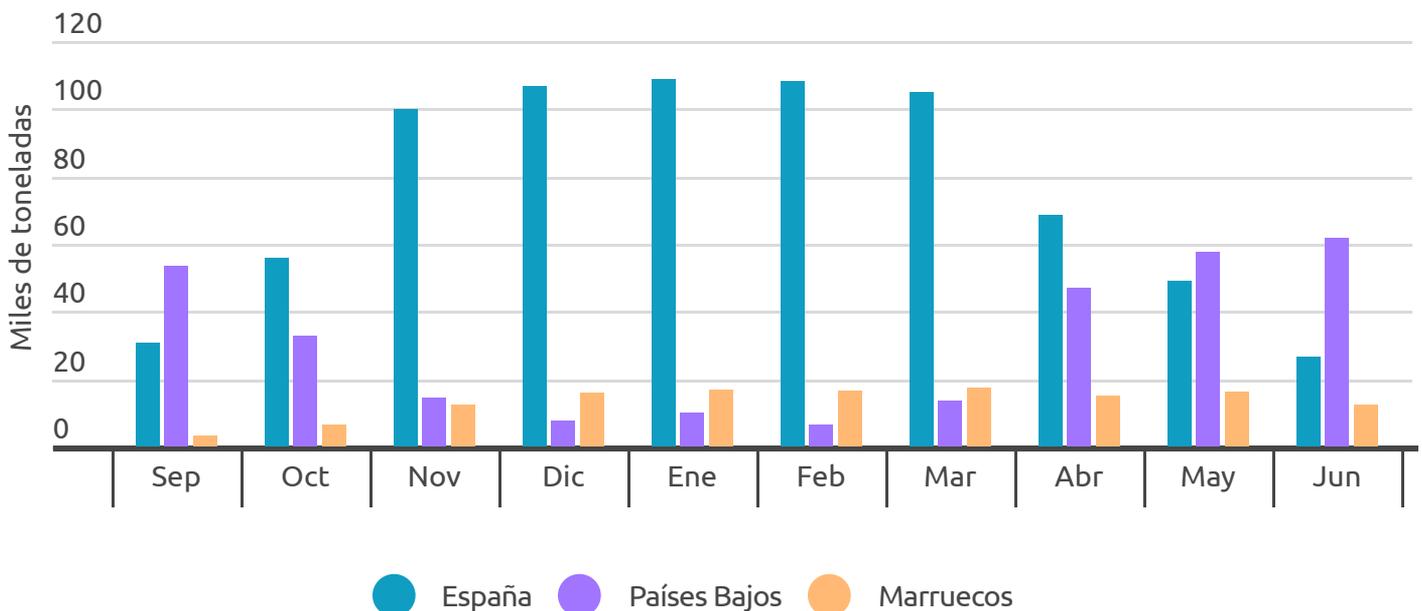
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía y France Agrimer y Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Elaboración propia.

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.



Importaciones a la UE-27+Reino Unido y cuota mensual de mercado de los principales proveedores

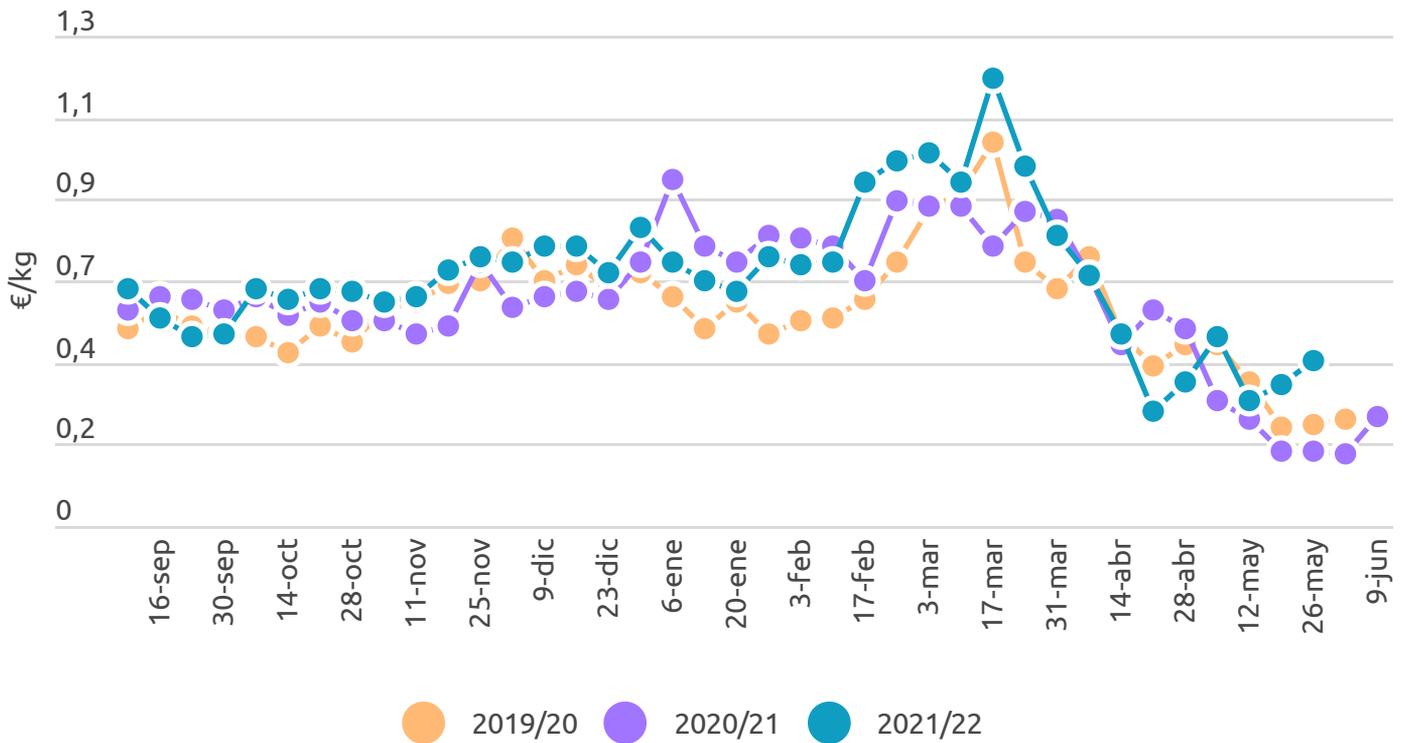
		Miles de toneladas			Millones de euros		
		2020/21	2021/22	% var.	2020/21	2021/22	% var.
	España	773,44	758,92	-1,88	1.090,94	1.168,14	7,08
	Países Bajos	300,31	303,73	1,14	669,90	640,57	-4,38
	Francia	38,70	38,49	-0,54	45,44	47,93	5,48
	Bélgica	26,48	29,97	13,18	48,27	50,65	4,94
	Austria	27,35	28,33	3,58	39,14	49,43	26,30
	Grecia	16,58	15,08	-9,05	25,47	23,35	-8,33
	Resto UE-27	72,58	66,47	-8,43	120,48	117,81	-2,22
	Total UE-27	1.255,44	1.240,99	-1,15	2.039,64	2.097,88	2,86
	Marruecos	127,41	131,66	3,33	120,05	141,92	18,21
	Turquía	93,16	93,38	0,24	111,51	126,26	13,22
	Macedonia	12,67	8,88	-29,91	7,42	4,75	-36,06
	Israel	13,04	8,49	-34,87	22,66	12,48	-44,95
	Resto Extra UE-27	25,48	22,21	-12,83	32,96	30,88	-6,32
	Total Extra UE-27	271,76	264,63	-2,63	294,62	316,28	7,35
	Total	1.527,21	1.505,62	-1,41	2.334,26	2.414,16	3,42



Fuente: Datacomex y Eurostat. Elaboración propia.

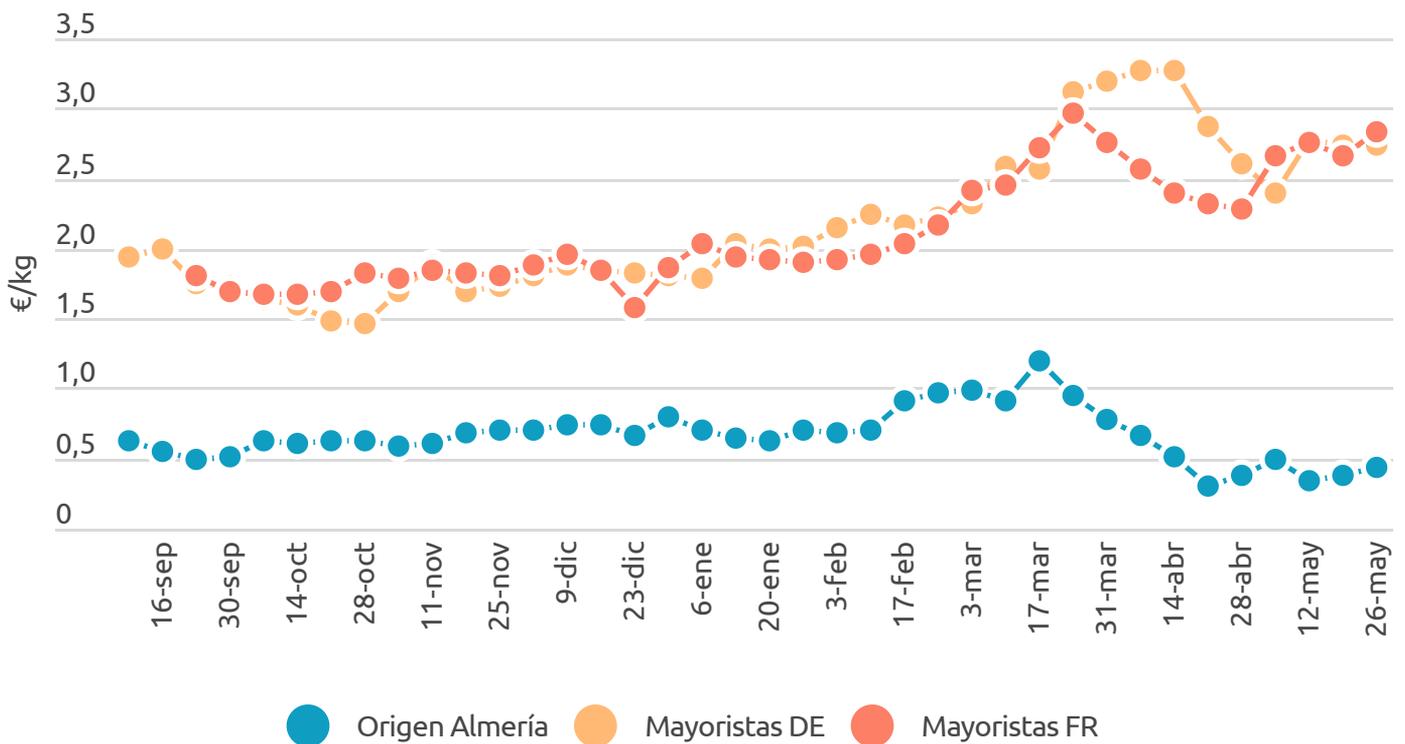


Precios medios semanales en origen



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

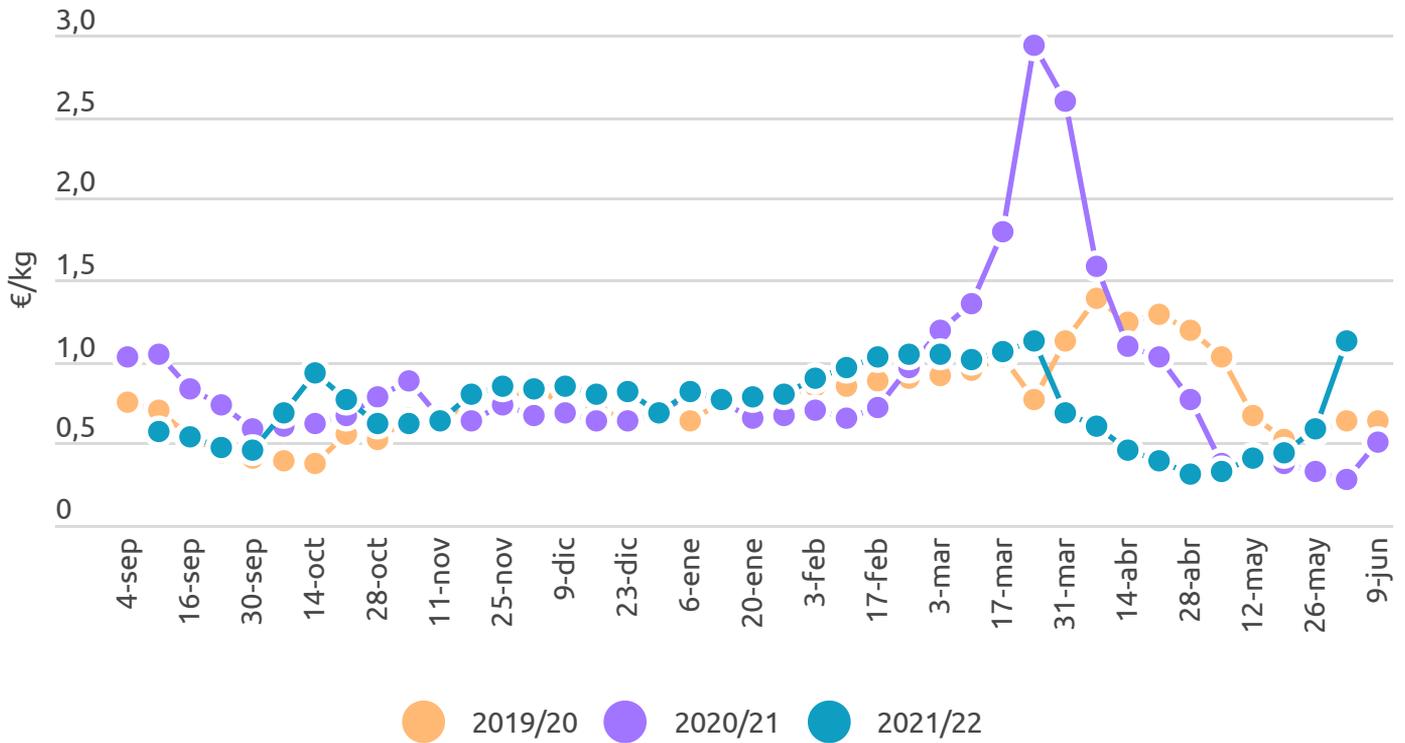
Comparación de precios medios en origen y mercados europeos



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía y France Agrimer y Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Elaboración propia.

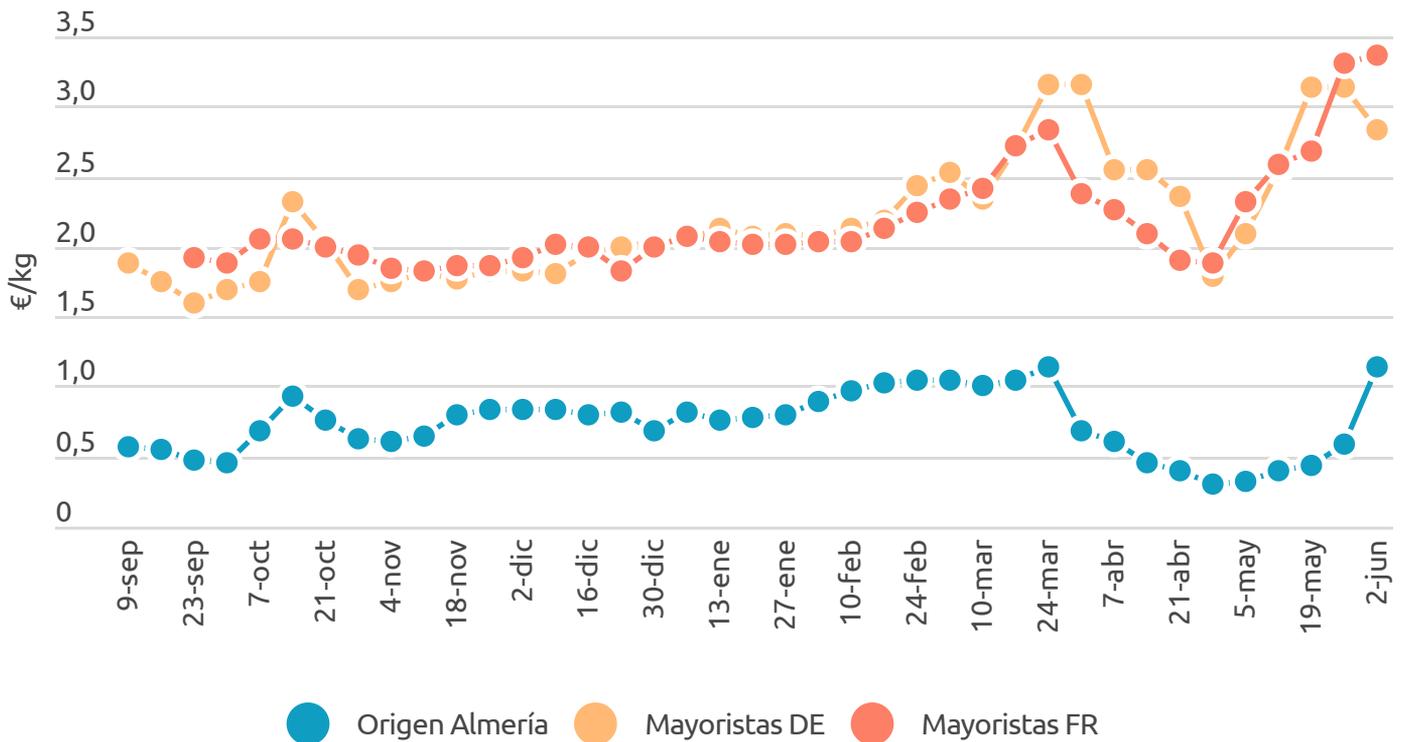


Precios medios semanales en origen



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

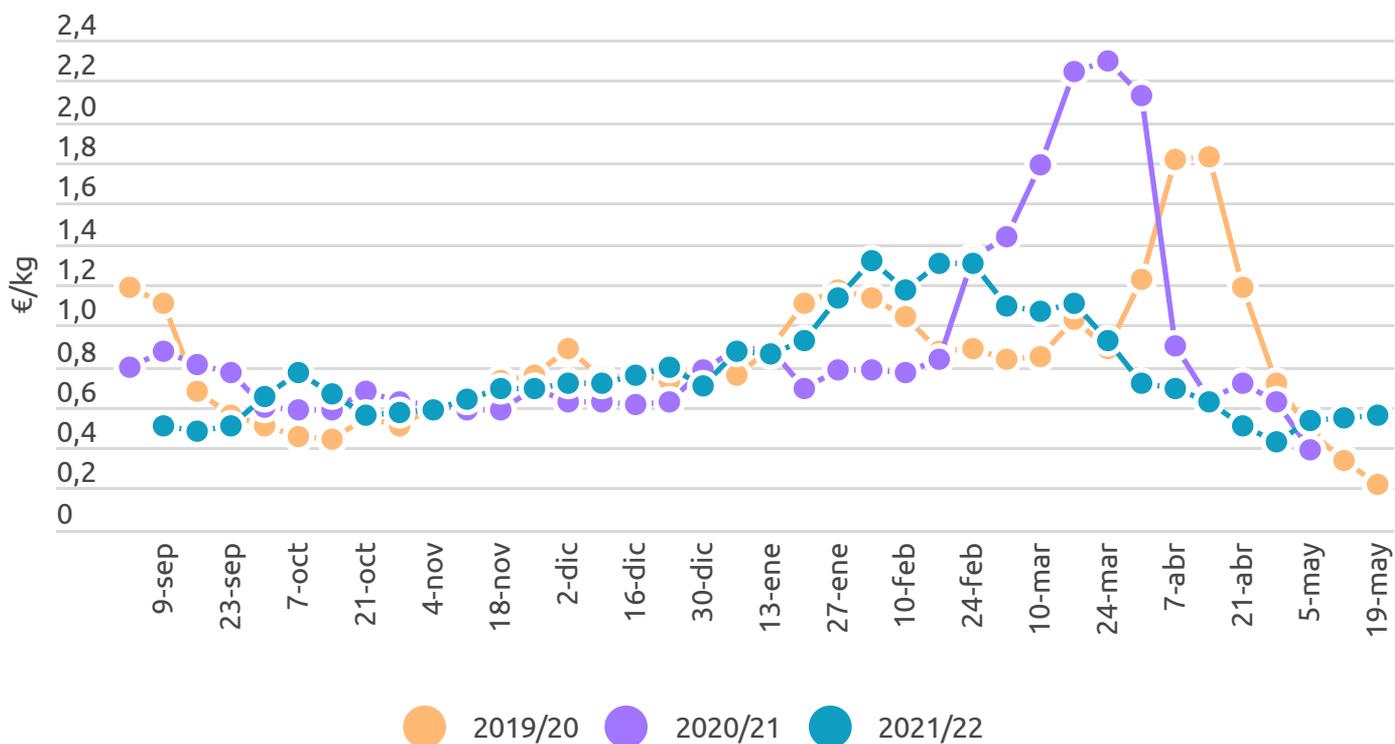
Comparación de precios medios en origen y mercados europeos



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía y France Agrimer y Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Elaboración propia.

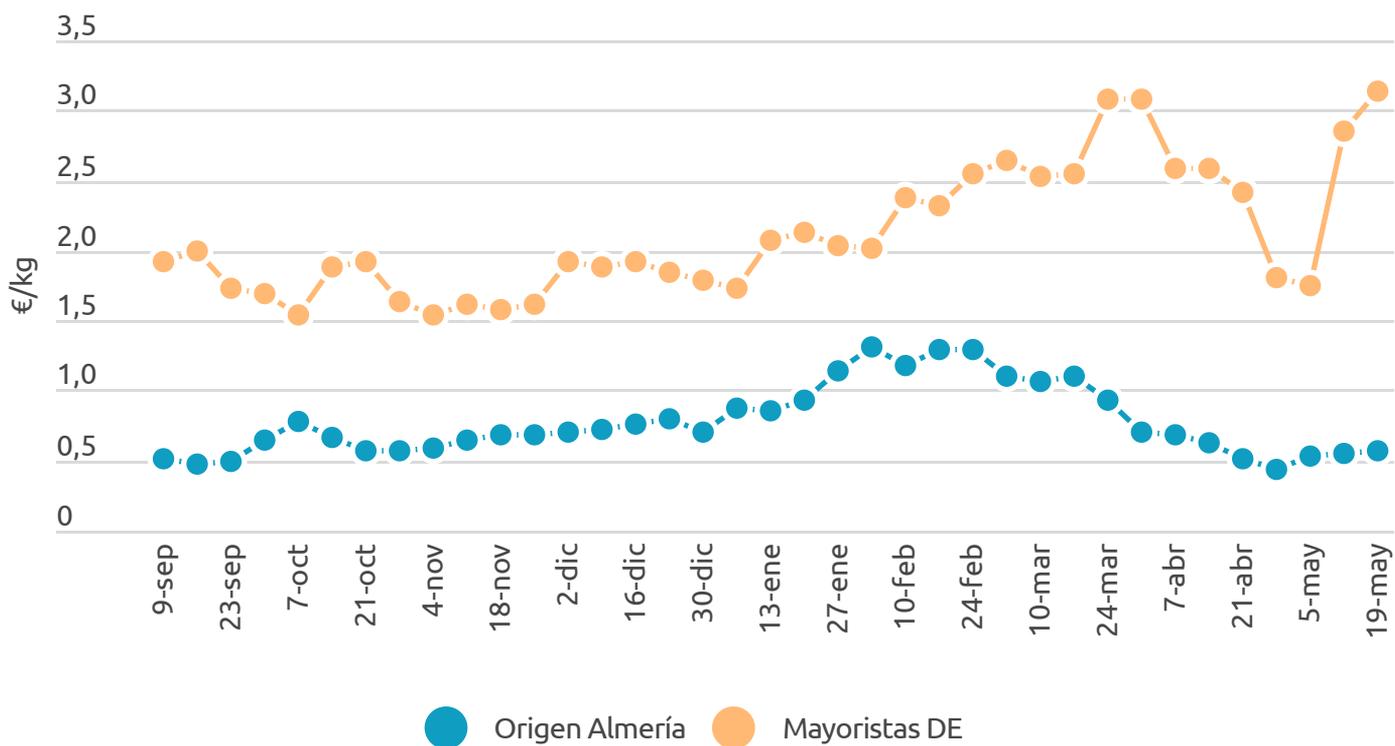


Precios medios semanales en origen



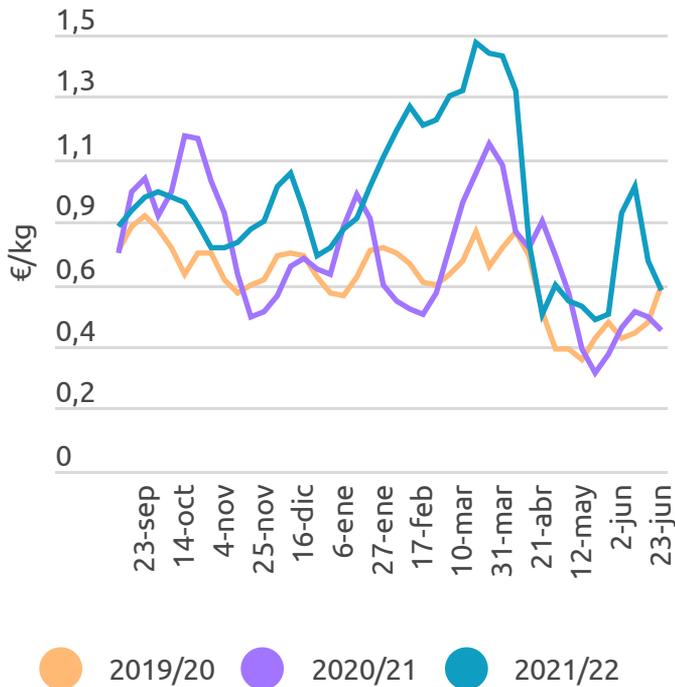
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Comparación de precios medios en origen y mercados europeos



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía y France Agrimer y Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Elaboración propia.

Precios medios semanales en origen



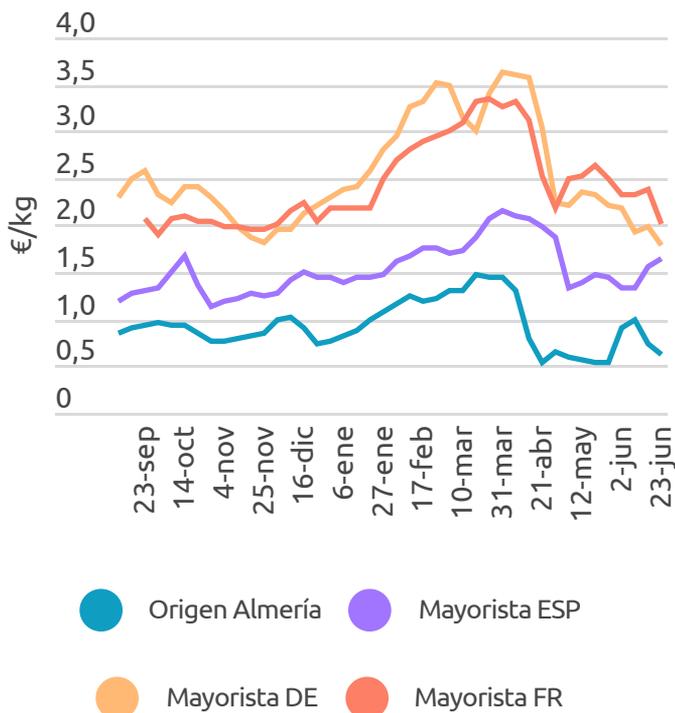
Distribución mensual de la producción



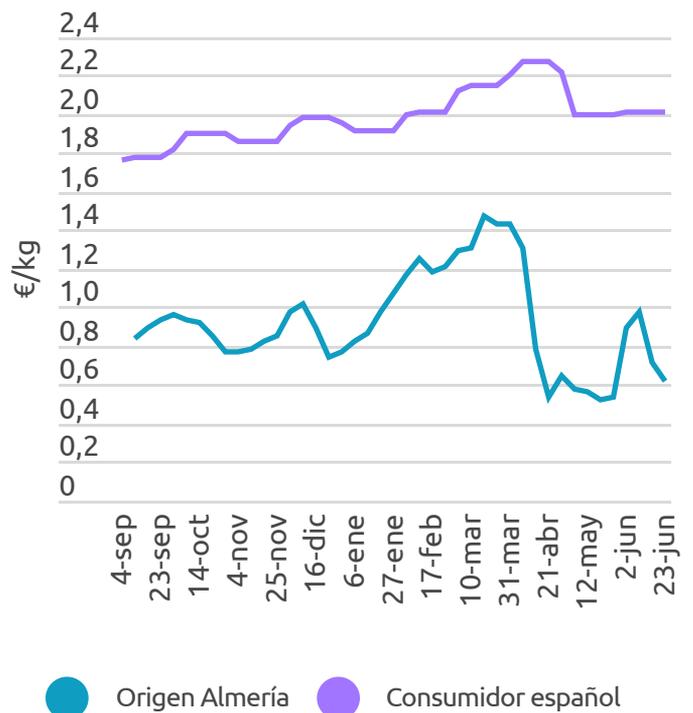
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Fuente: Delegación provincial del SOIVRE. Elaboración propia.

Comparación de precios medios en origen y mercados europeos



Comparación de precios medios semanales en origen y supermercados españoles



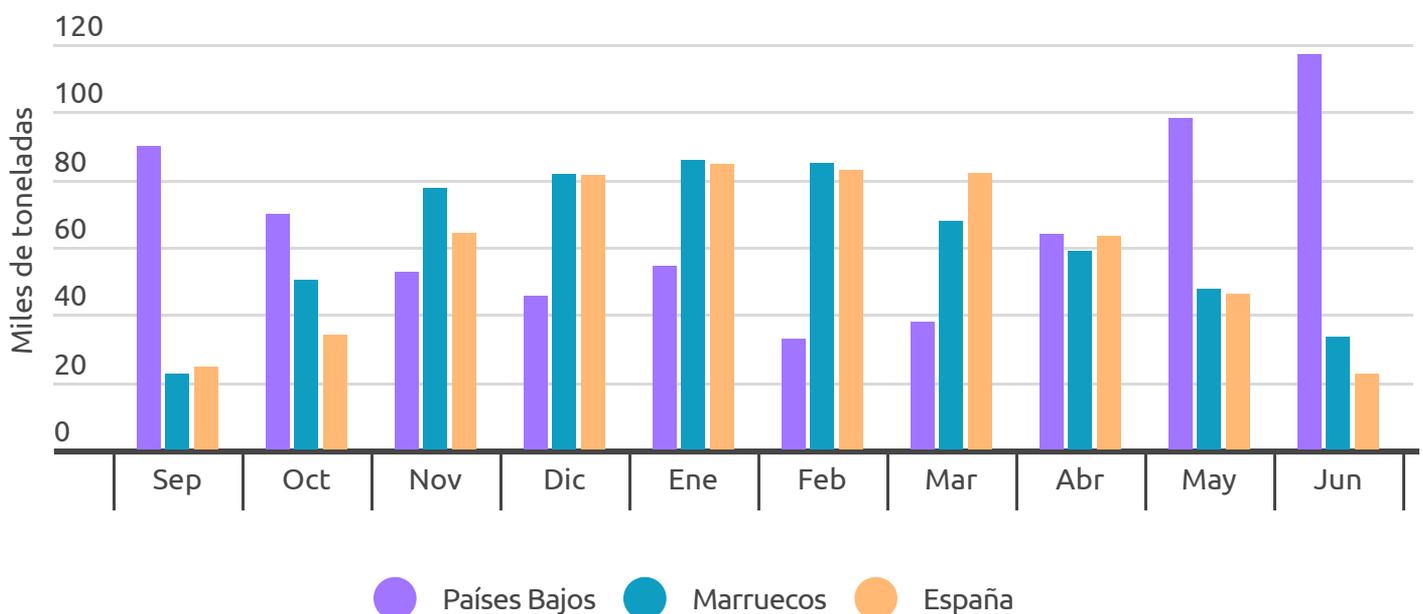
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía y France Agrimer y Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Elaboración propia.

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.



Importaciones a la UE-27+Reino Unido y cuota mensual de mercado de los principales proveedores

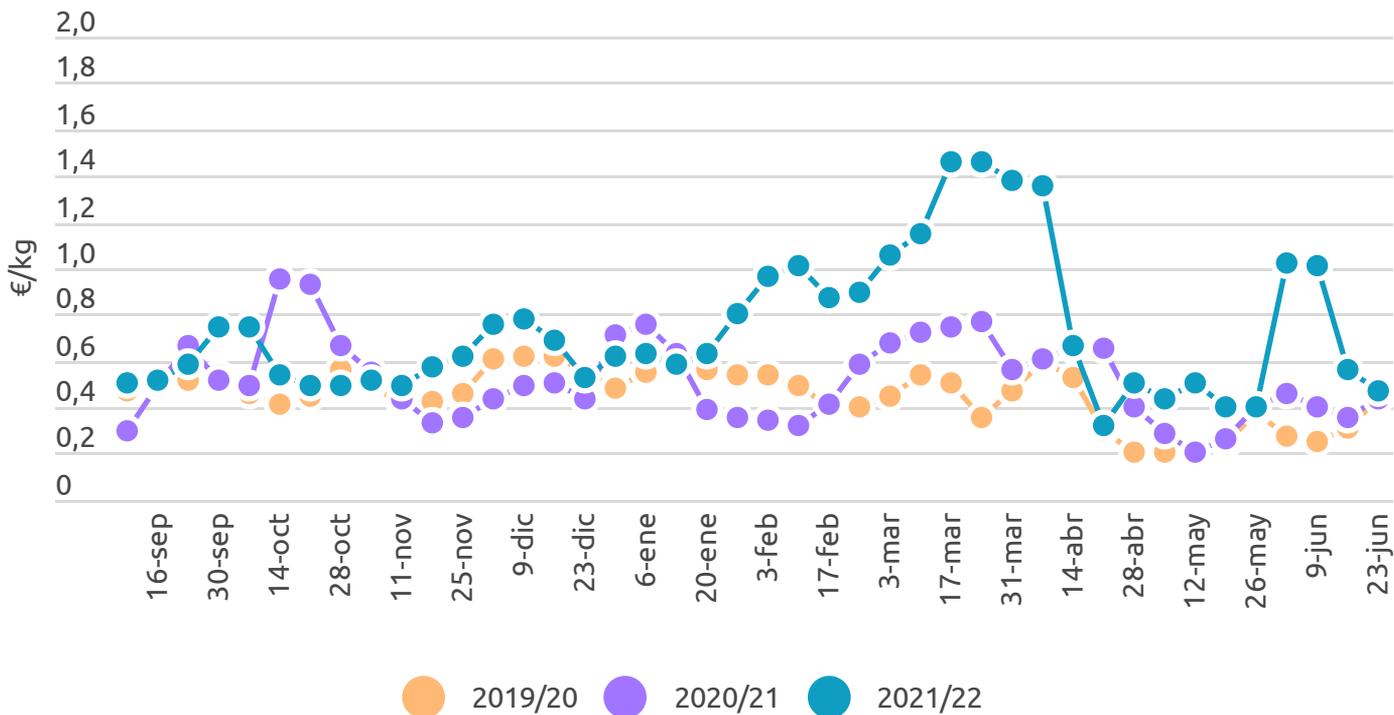
		Miles de toneladas			Millones de euros		
		2020/21	2021/22	% var.	2020/21	2021/22	% var.
	Países Bajos	713,08	661,52	-7,23	1.298,52	1.352,56	4,16
	España	621,67	583,97	-6,06	843,37	985,45	16,85
	Francia	224,14	275,72	23,01	349,36	480,32	37,48
	Bélgica	181,55	248,36	36,80	236,49	243,62	3,02
	Portugal	41,81	65,09	55,68	42,34	49,96	17,99
	Italia	48,82	46,39	-5,00	106,32	119,22	12,14
	Polonia	33,52	35,48	5,82	40,43	49,83	23,24
	Grecia	35,18	28,79	-18,16	9,72	11,28	16,03
	Resto UE-27	75,44	99,01	31,24	113,60	159,16	40,11
	Total UE-27	1.975,22	2.044,31	3,50	3.040,16	3.451,41	13,53
	Marruecos	513,34	608,90	18,62	635,72	857,35	34,86
	Turquía	147,84	176,76	19,56	133,57	199,58	49,42
	Resto Extra UE-27	58,22	45,72	-21,47	73,74	68,48	-7,14
	Total Extra UE-27	719,39	831,38	15,57	843,03	1.125,42	33,50
	Total	2.694,61	2.875,69	6,72	3.883,19	4.576,83	17,86



Fuente: Datacomex y Eurostat. Elaboración propia.

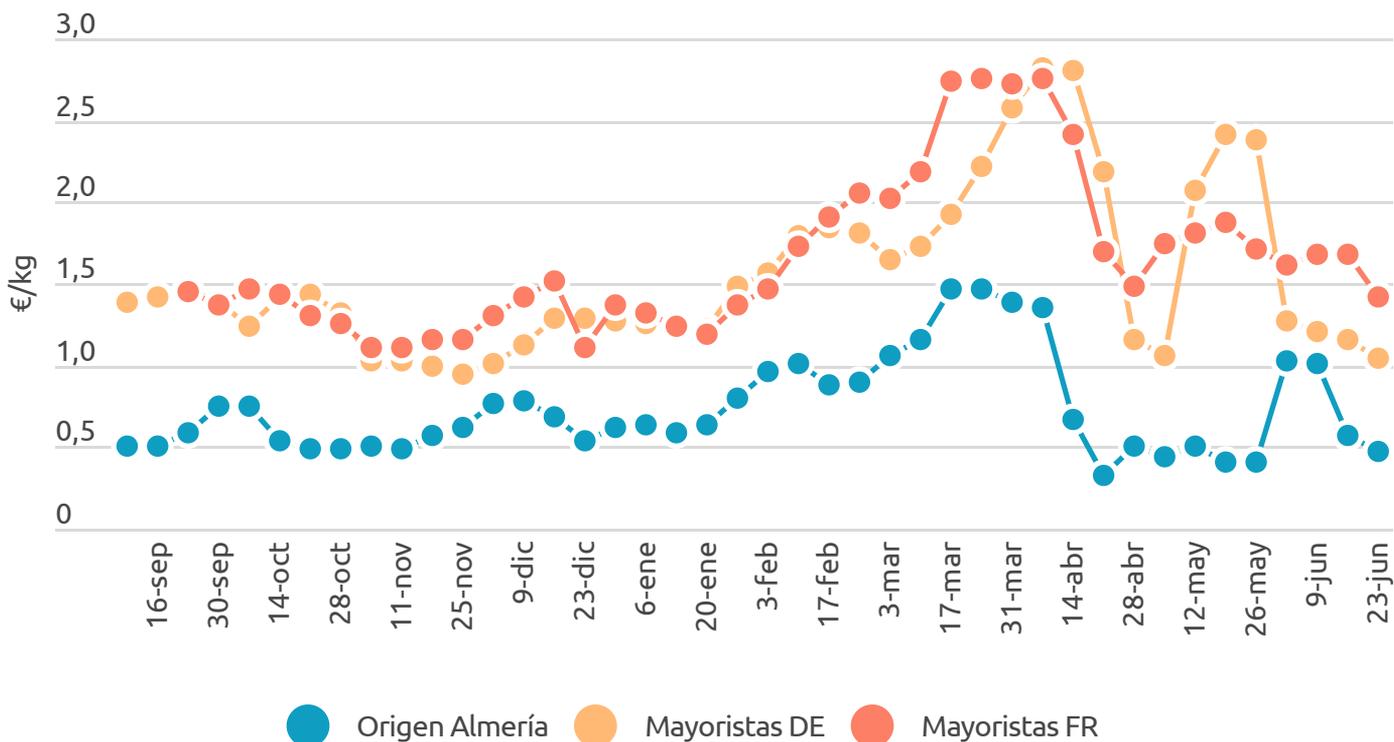


Precios medios semanales en origen



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

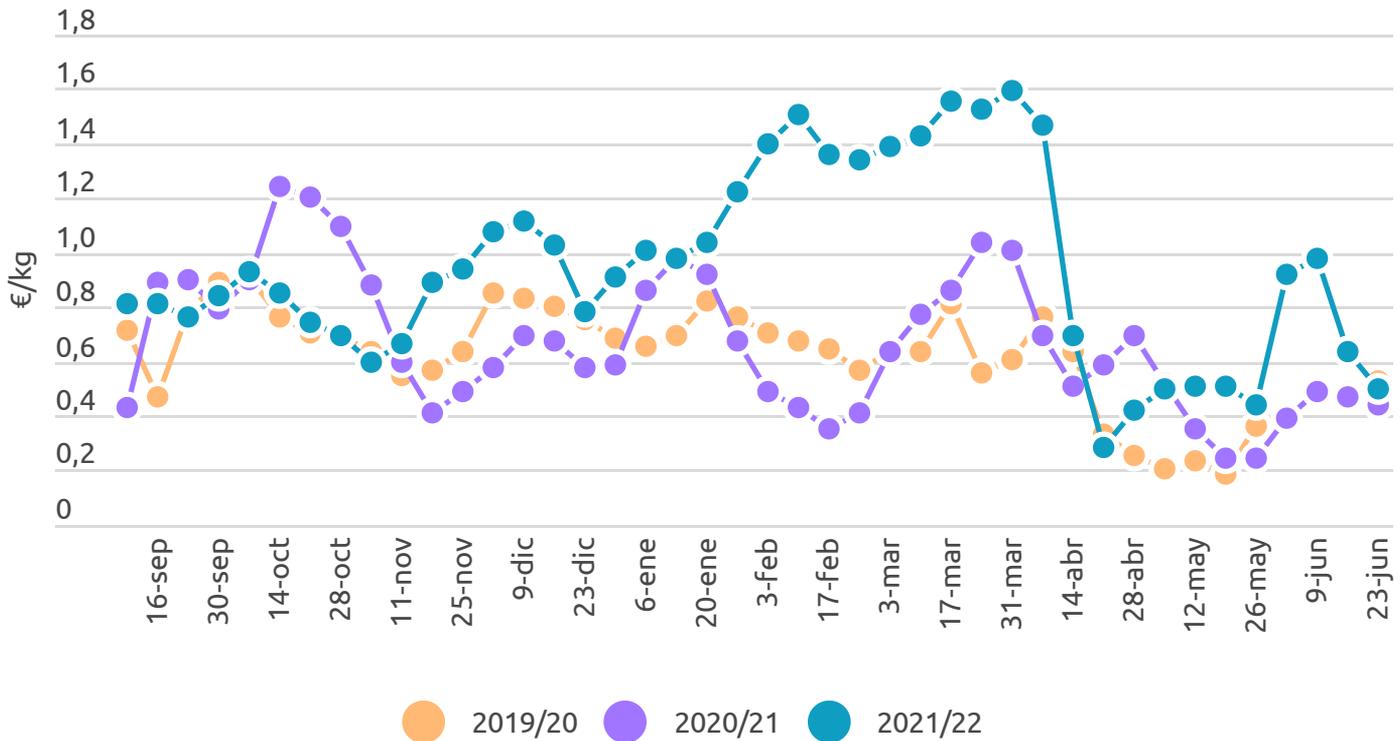
Comparación de precios medios en origen y mercados europeos



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía y France Agrimer y Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Elaboración propia.

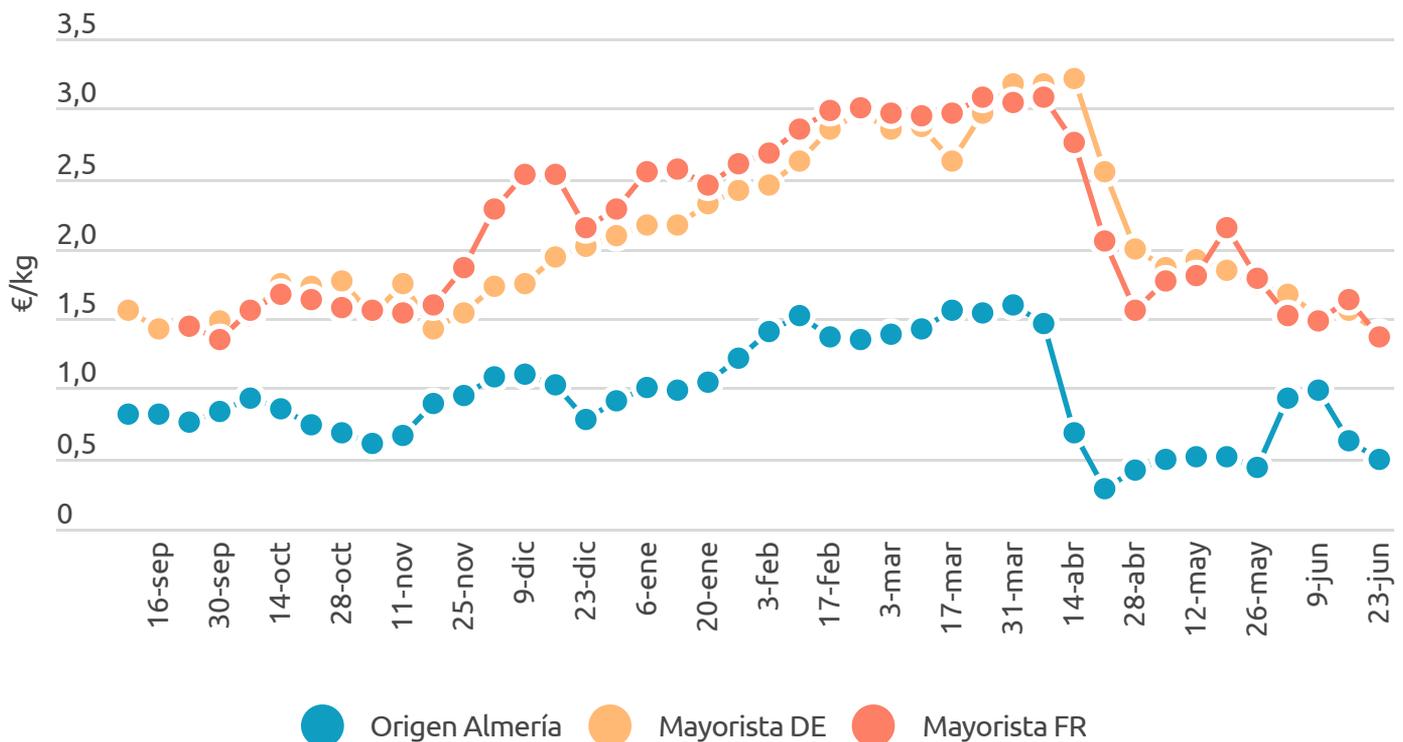


Precios medios semanales en origen



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

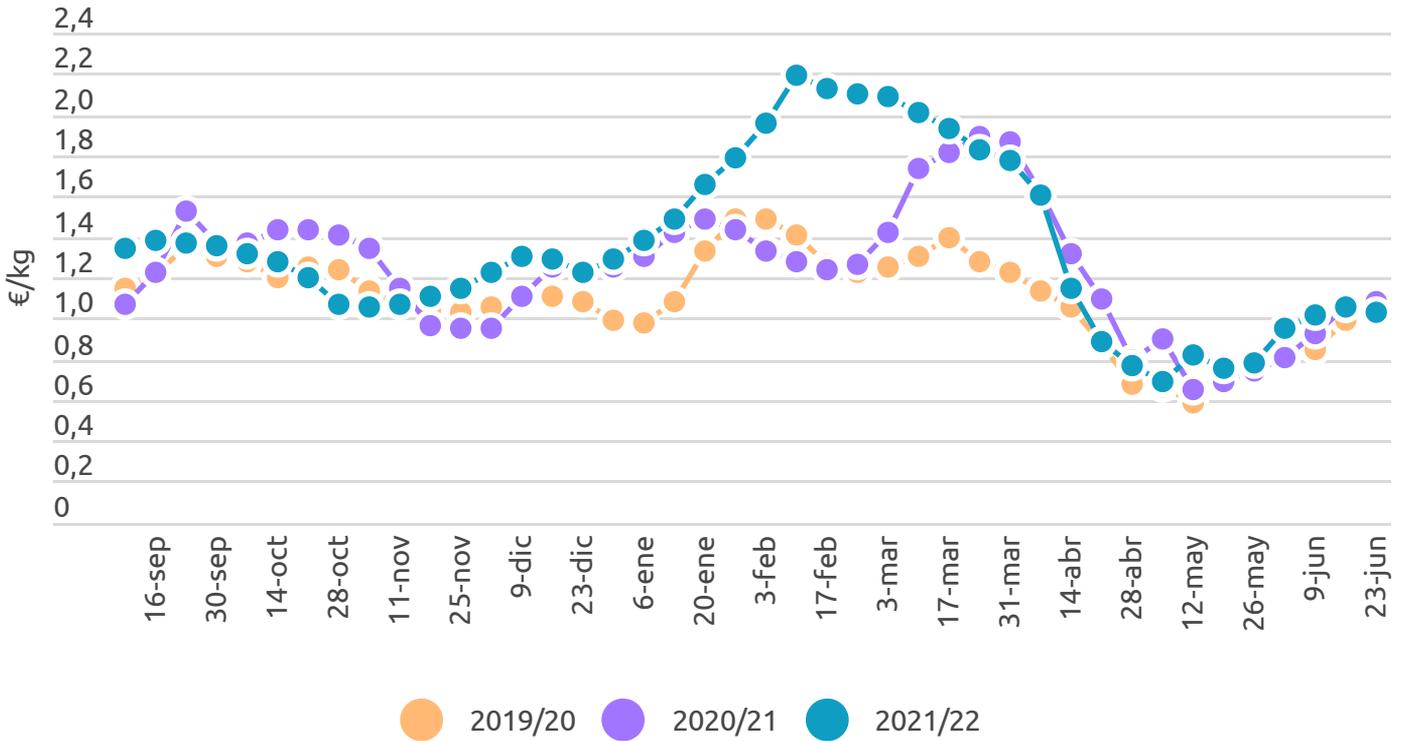
Comparación de precios medios en origen y mercados europeos



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía y France Agrimer y Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Elaboración propia.

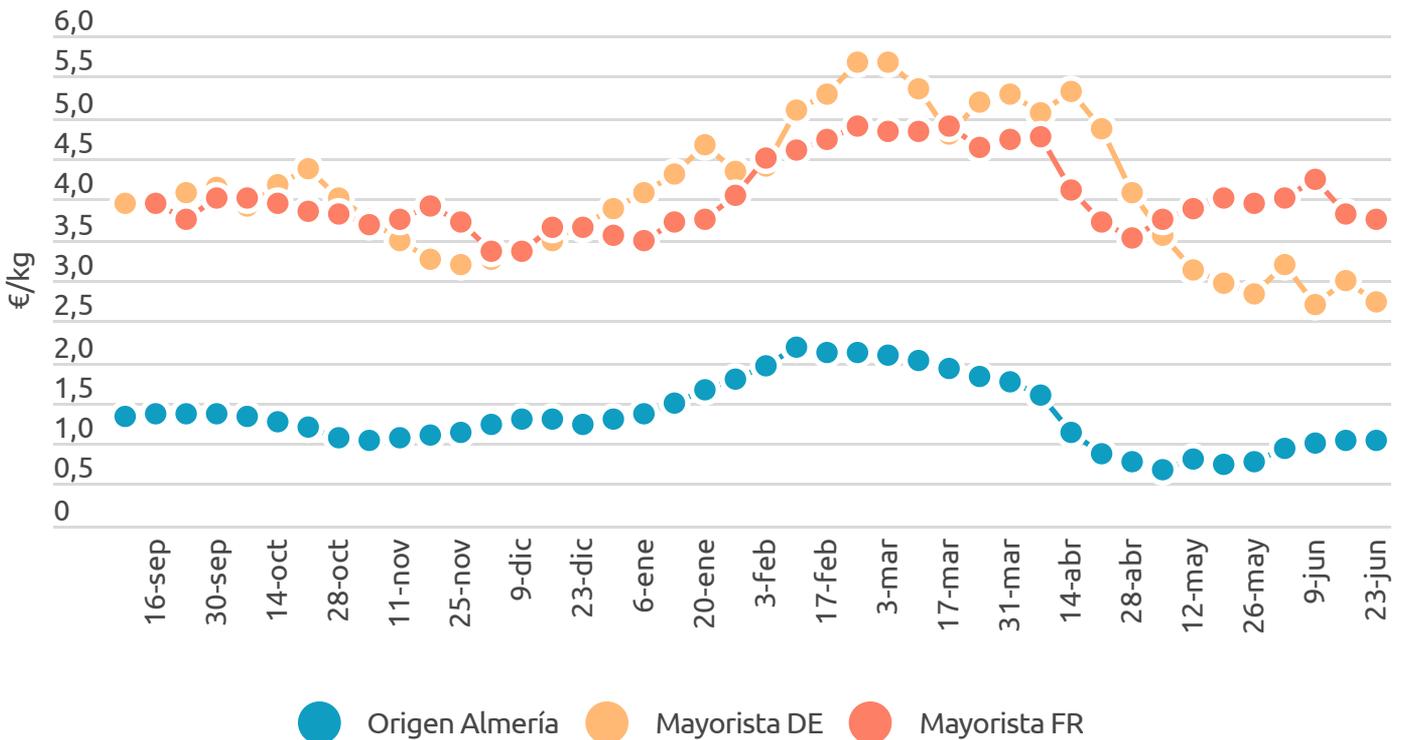


Precios medios semanales en origen



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

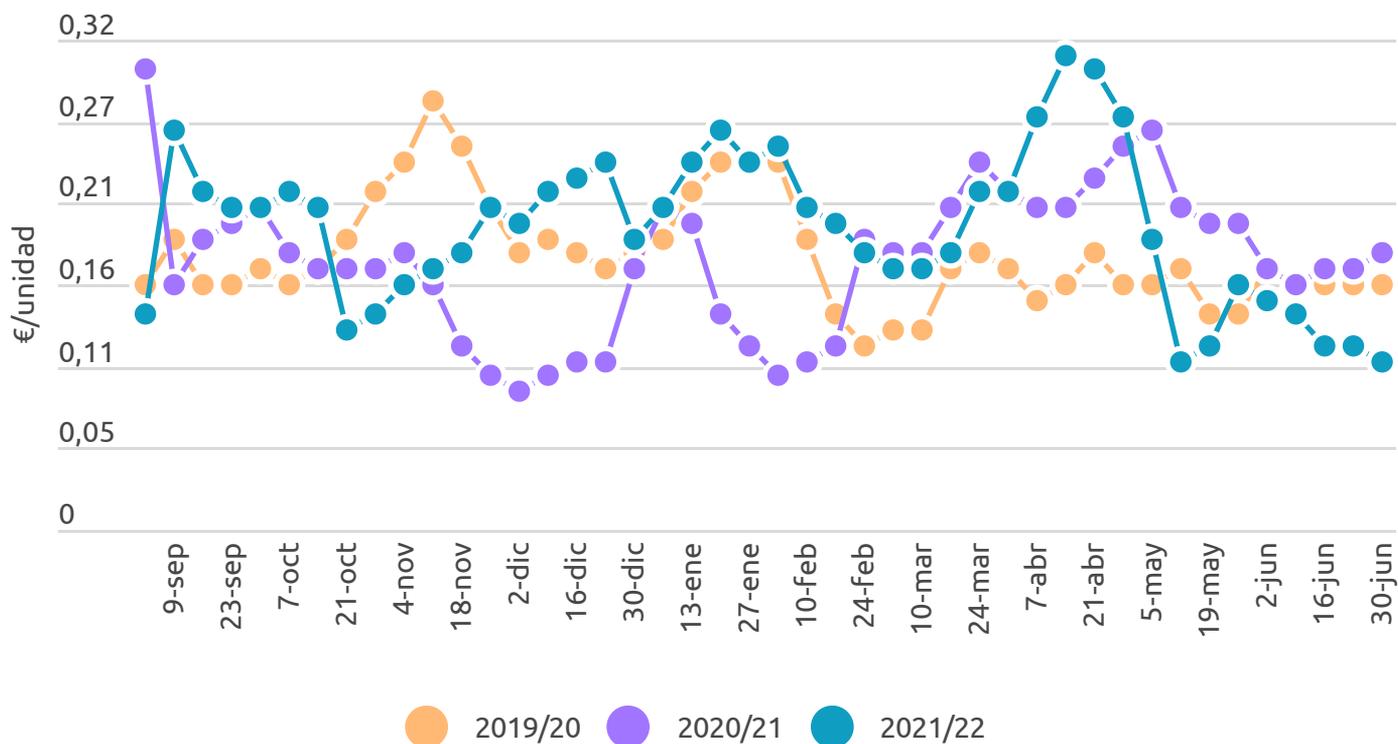
Comparación de precios medios en origen y mercados europeos



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía y France Agrimer y Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Elaboración propia.

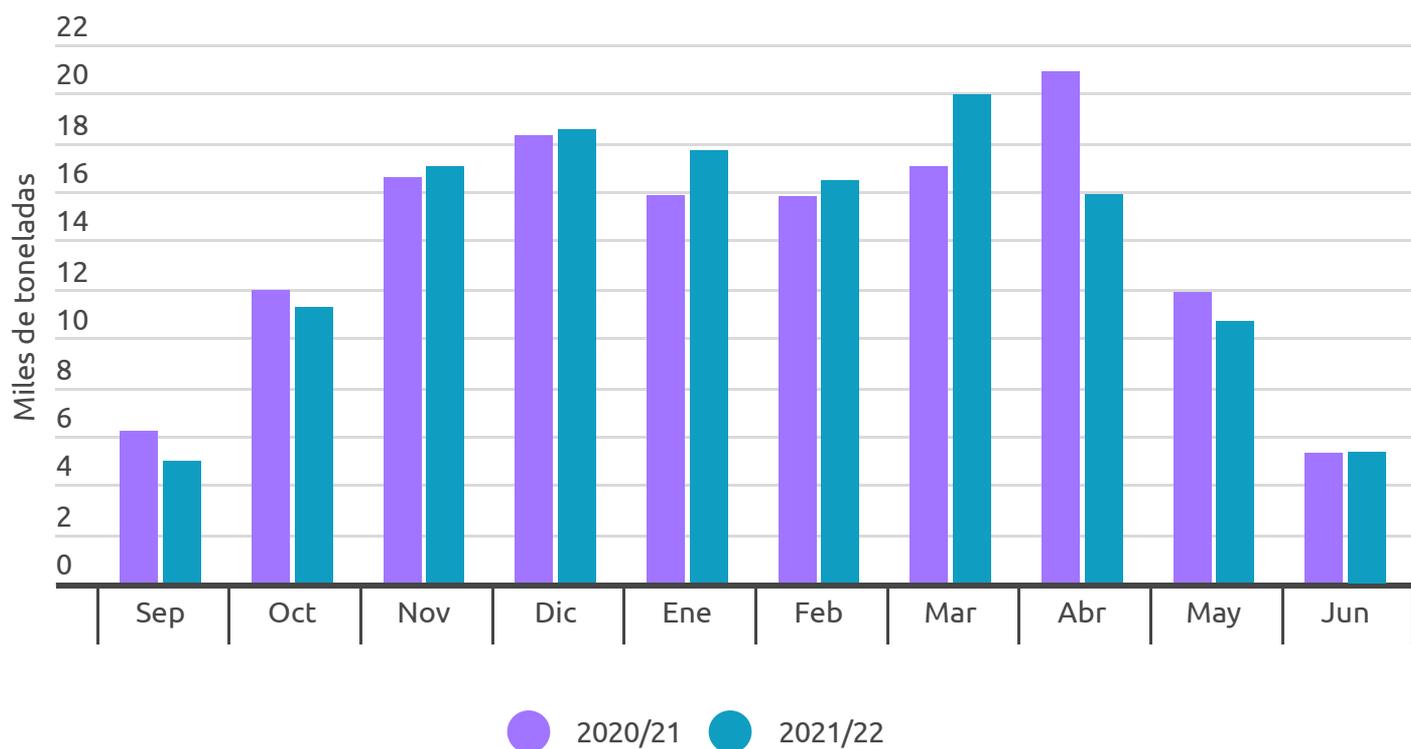


Precios medios semanales en origen



Fuente. CARM. Elaboración propia.

Distribución mensual de la producción

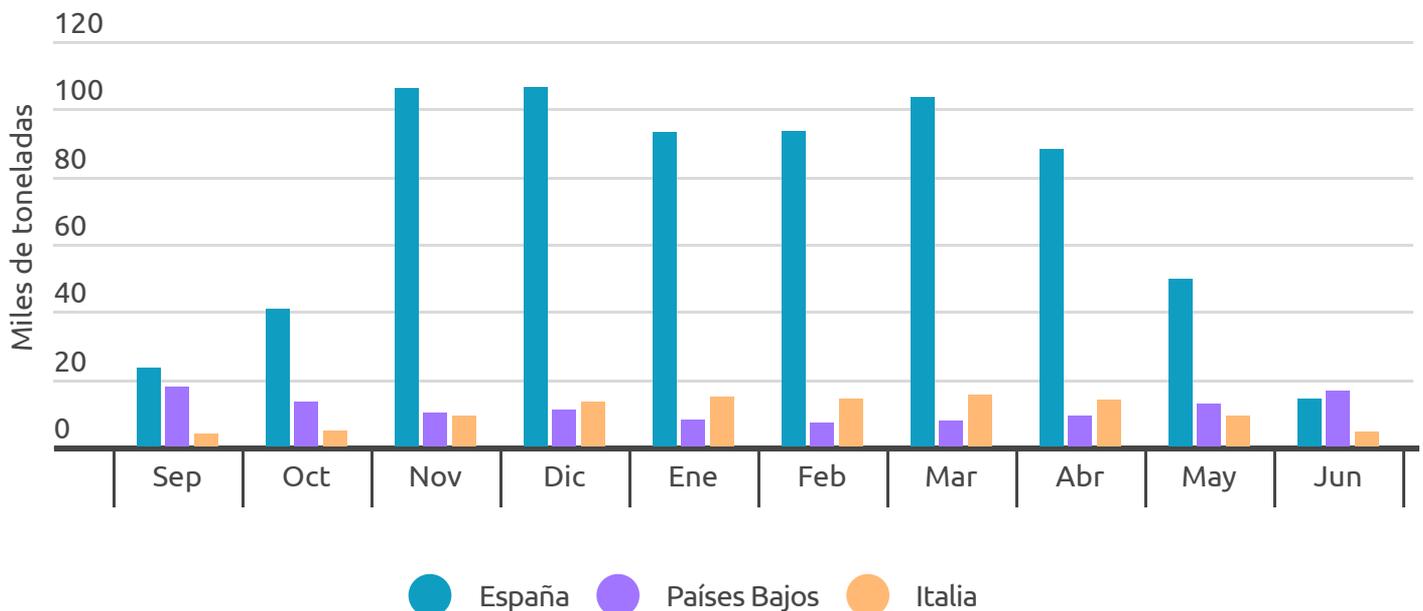


Fuente: Delegación Provincial del SOIVRE. Elaboración propia.



Importaciones a la UE-27+Reino Unido y cuota mensual de mercado de los principales proveedores

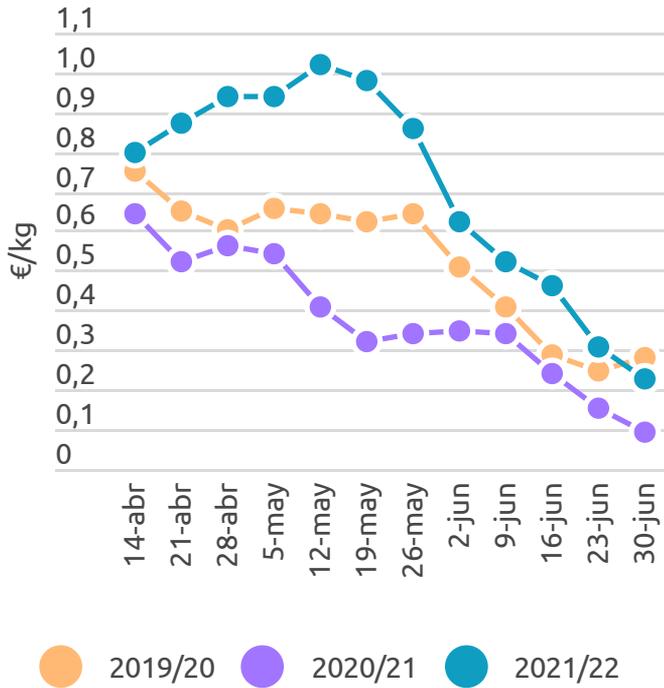
		Miles de toneladas			Millones de euros		
		2020/21	2021/22	% var.	2020/21	2021/22	% var.
	España	727,32	717,87	-1,30	693,04	785,44	13,33
	Países Bajos	105,58	112,02	6,10	168,96	169,79	0,49
	Italia	97,41	101,36	4,06	171,00	190,92	11,65
	Bélgica	52,06	51,49	-1,10	61,95	64,08	3,44
	Alemania	33,40	34,63	3,67	46,54	46,61	0,14
	Francia	23,81	27,18	14,18	34,62	41,09	18,70
	Portugal	7,20	8,41	16,79	7,78	7,77	-0,17
	Polonia	6,74	7,29	8,17	8,25	9,55	15,71
	Resto UE-27	19,12	25,93	35,59	40,06	50,79	26,80
	Total UE-27	1.072,64	1.086,17	1,26	1.232,20	1.366,05	10,86
	Reino Unido	3,54	2,56	-27,71	6,51	3,78	-41,94
	Túnez	1,69	1,88	11,39	1,10	1,26	14,43
	Resto Extra UE-27	7,40	7,29	-1,48	6,10	7,56	24,02
	Total Extra UE-27	12,62	11,72	-7,11	13,71	12,60	-8,07
	Total	1.085,26	1.097,89	1,16	1.245,90	1.378,65	10,65



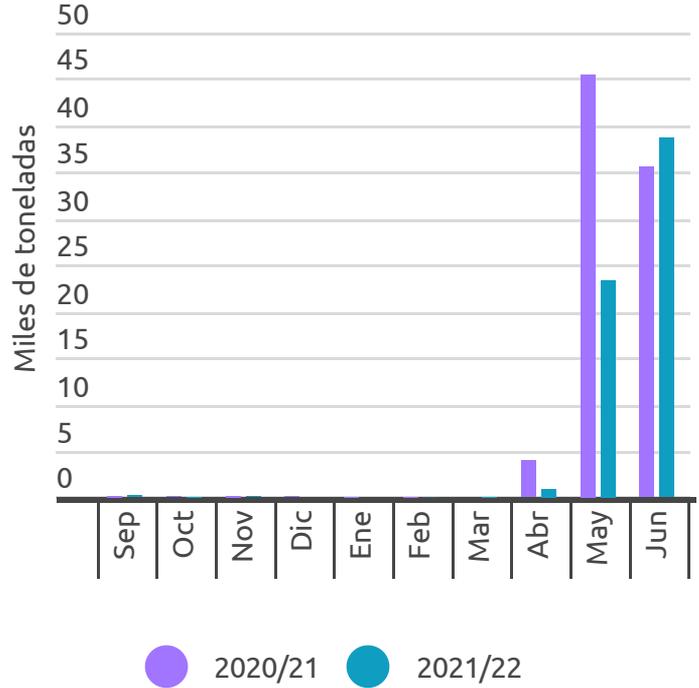
Fuente: Datacomex y Eurostat. Elaboración propia.



Precios medios semanales en origen



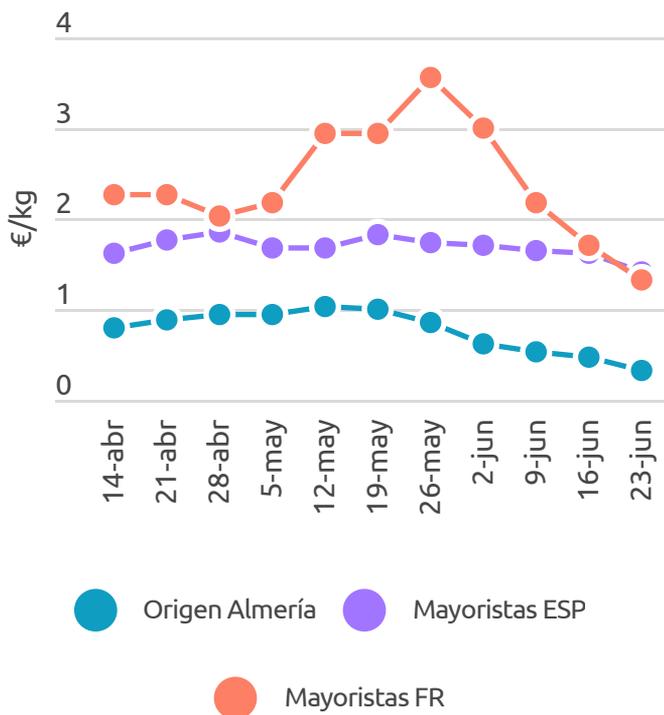
Distribución mensual de la producción



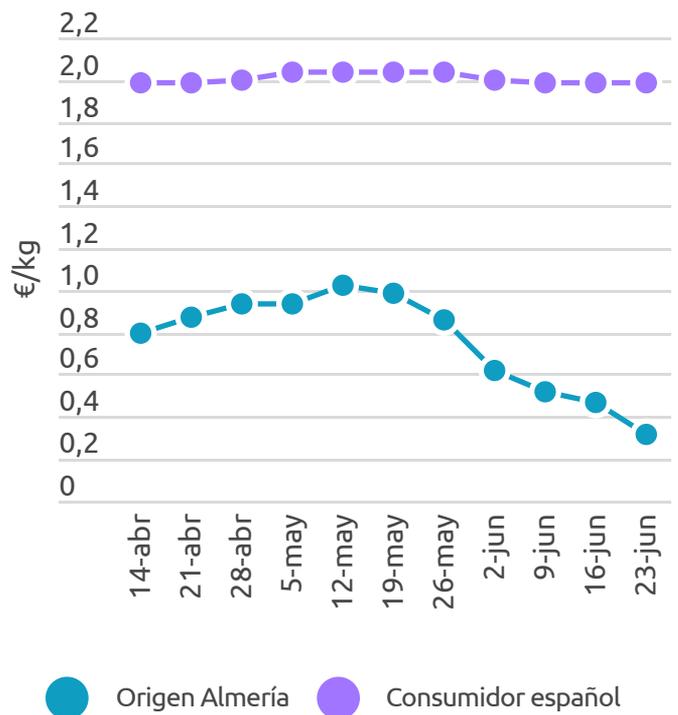
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Fuente: Delegación provincial del SOIVRE. Elaboración propia.

Comparación de precios medios en origen y mercados europeos



Comparación de precios medios semanales en origen y supermercados españoles



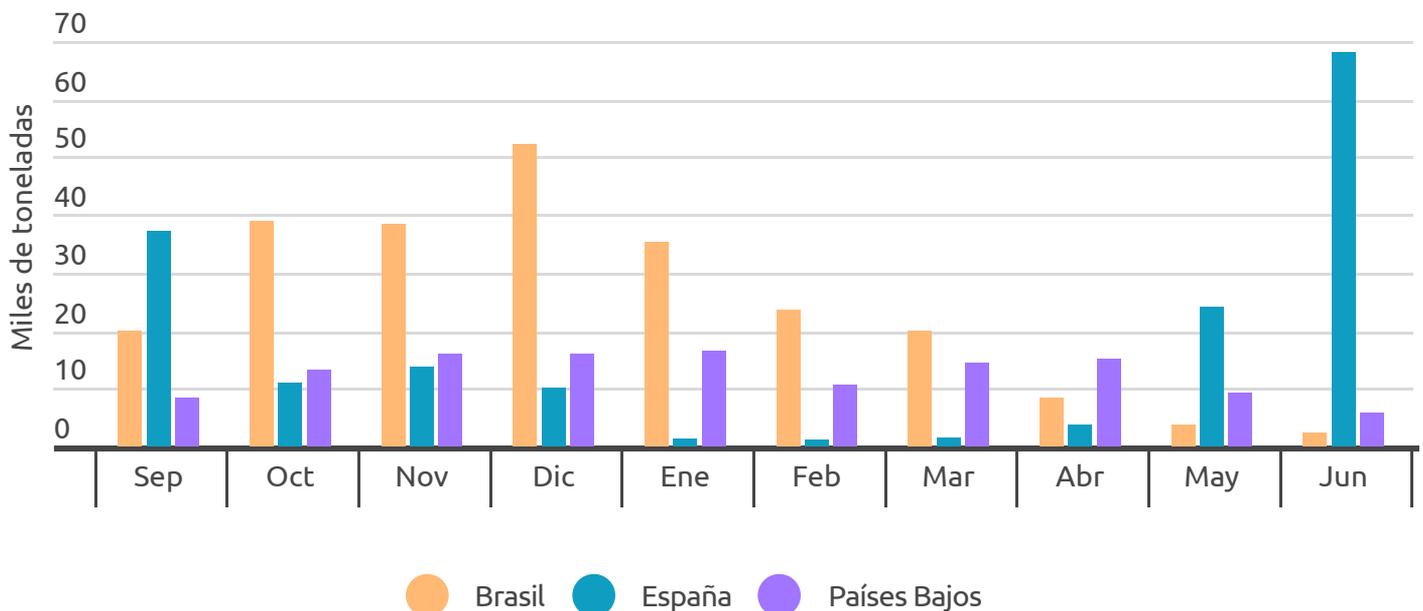
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía y France Agrimer y Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Elaboración propia.

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.



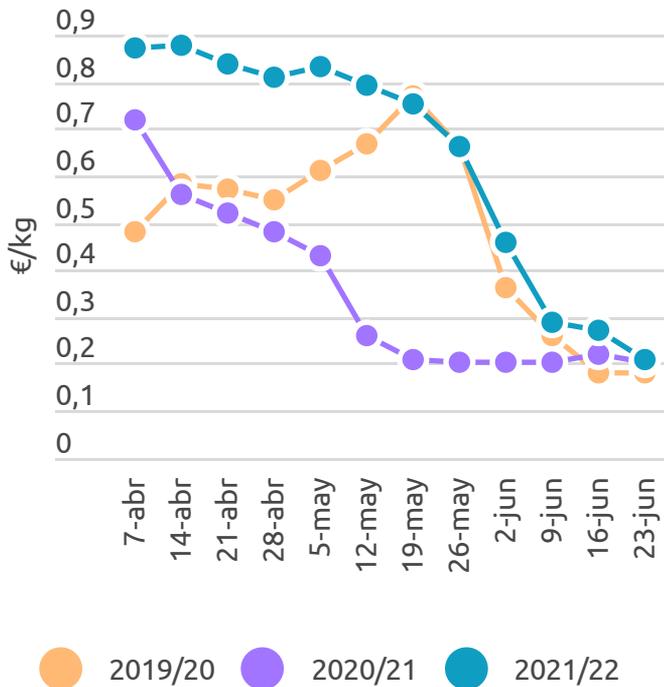
Importaciones a la UE-27+Reino Unido y cuota mensual de mercado de los principales proveedores

		Miles de toneladas			Millones de euros		
		2020/21	2021/22	% var.	2020/21	2021/22	% var.
	España	204,83	171,62	-16,21	160,62	155,98	-2,89
	Países Bajos	121,37	125,23	3,18	124,86	138,94	11,28
	Italia	15,08	15,90	5,48	13,47	18,52	37,53
	Francia	16,75	15,52	-7,34	23,21	23,07	-0,61
	Alemania	3,26	4,48	37,15	4,25	4,86	14,28
	Resto UE-27	12,67	12,74	0,61	10,97	13,16	20,01
	Total UE-27	373,95	345,50	-7,61	337,37	354,53	5,08
	Brasil	229,89	242,91	5,66	166,15	187,36	12,76
	Marruecos	47,67	43,39	-8,98	53,40	64,15	20,14
	Honduras	47,22	41,17	-12,82	43,46	44,86	3,24
	Costa Rica	32,45	25,83	-20,40	25,36	25,59	0,91
	Senegal	18,01	15,58	-13,49	13,79	12,69	-8,03
	Resto Extra UE-27	20,76	18,84	-9,24	19,48	19,70	1,16
	Total Extra UE-27	396,01	387,73	-2,09	321,64	354,36	10,17
	Total	769,96	733,22	-4,77	659,02	708,88	7,57

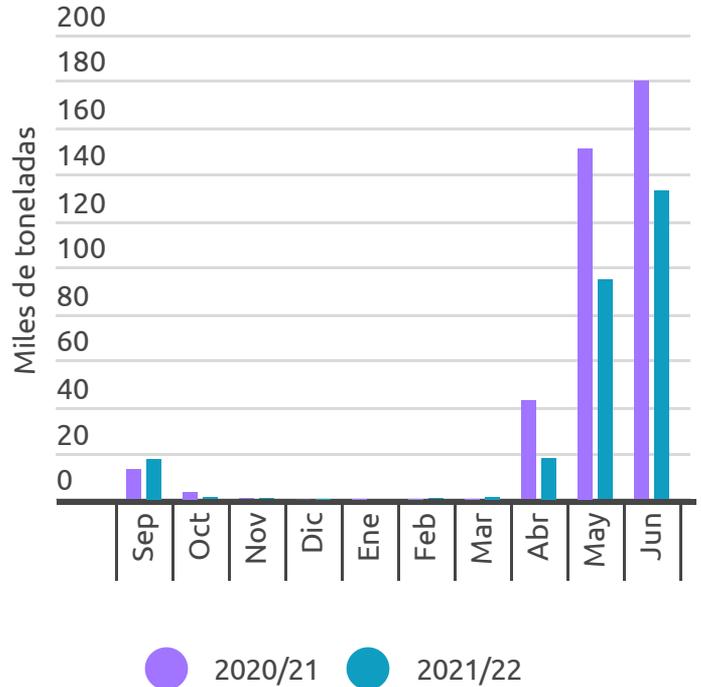


Fuente: Datacomex y Eurostat. Elaboración propia.

Precios medios semanales en origen



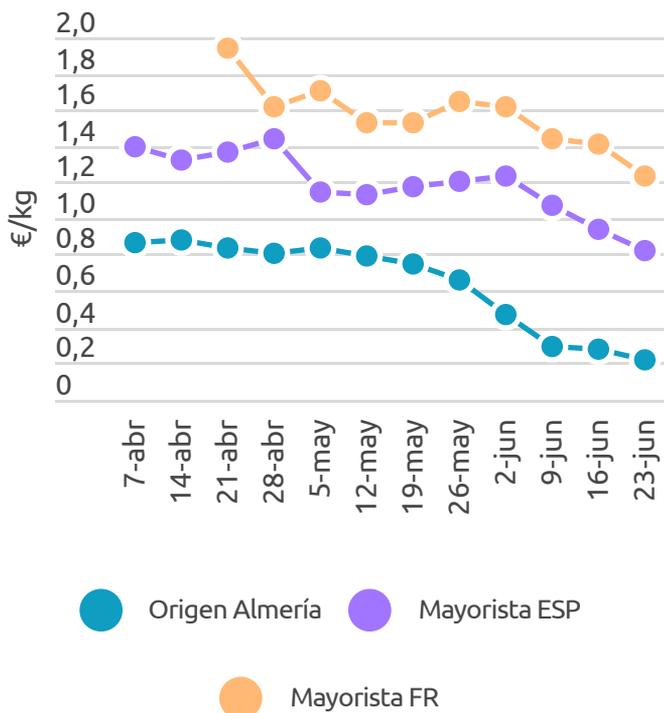
Distribución mensual de la producción



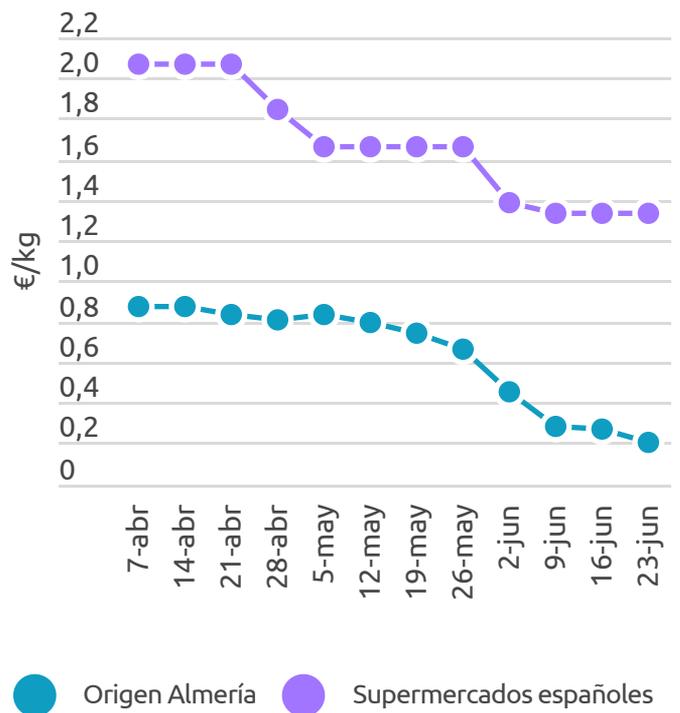
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Fuente: Delegación provincial del SOIVRE. Elaboración propia.

Comparación de precios medios en origen y mercados europeos



Comparación de precios medios semanales en origen y supermercados españoles

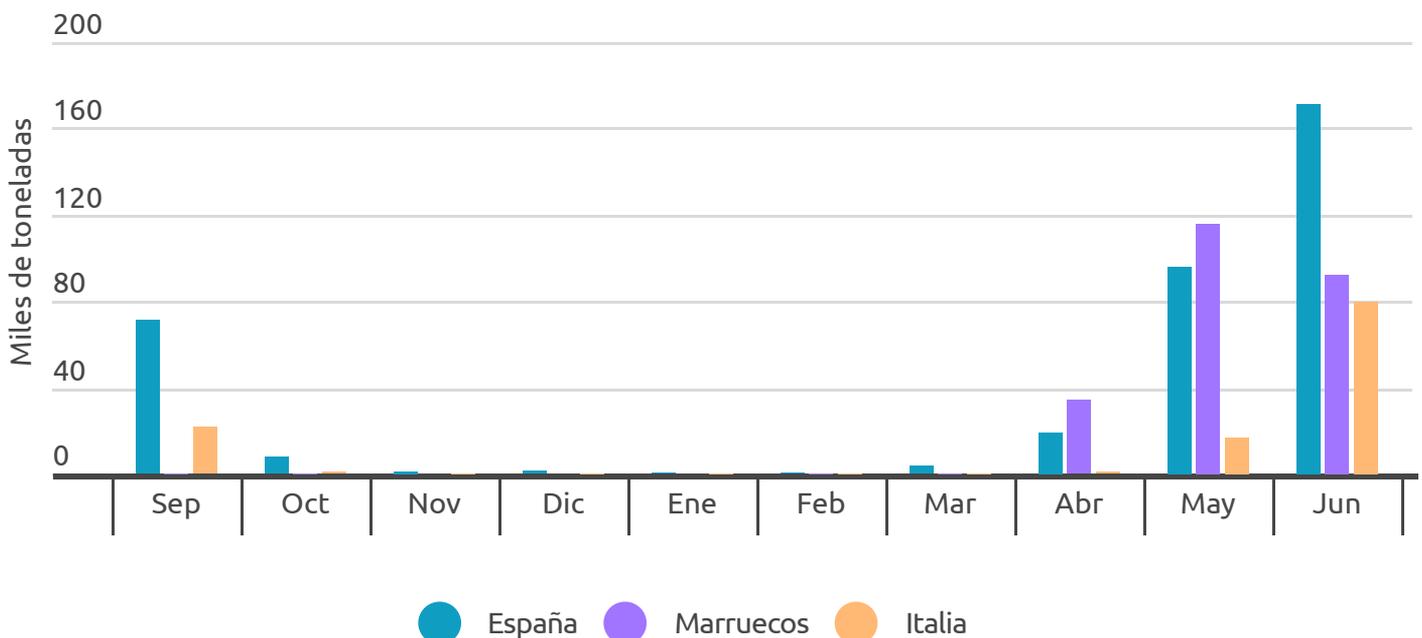


Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía y France Agrimer y Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Elaboración propia.

Fuente: Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Importaciones a la UE-27+Reino Unido y cuota mensual de mercado de los principales proveedores

		Miles de toneladas			Millones de euros		
		2020/21	2021/22	% var.	2020/21	2021/22	% var.
	España	497,07	372,31	-25,10	269,09	280,64	4,29
	Italia	118,60	120,26	1,40	50,19	72,07	43,58
	Grecia	130,05	108,74	-16,38	39,71	45,41	14,37
	Países Bajos	105,54	107,26	1,63	89,63	96,48	7,64
	Francia	51,15	53,58	4,76	30,52	41,53	36,09
	Resto UE-27	41,82	44,49	6,40	21,72	27,64	27,25
	Total UE-27	944,22	806,65	-14,57	500,86	563,77	12,56
	Marruecos	218,97	242,61	10,80	141,89	185,21	30,53
	Brasil	90,48	103,42	14,30	50,83	63,66	25,24
	Costa Rica	51,25	46,21	-9,83	38,34	36,79	-4,04
	Turquía	24,95	30,65	22,83	8,72	15,59	78,71
	Panamá	16,34	15,97	-2,25	12,25	12,04	-1,75
	Resto Extra UE-27	48,38	50,97	5,35	22,42	28,88	28,82
	Total Extra UE-27	450,38	489,84	8,76	274,46	342,18	24,67
	Total	1.394,59	1.296,49	-7,03	775,32	905,95	16,85



Fuente: Datacomex y Eurostat. Elaboración propia.