

El sector andaluz del ajo. Informe de la campaña 2015/16

Índice de contenido

Introducción.....	1
Superficie y Producción.....	2
Precios medios durante la campaña 2015/16.....	3

Introducción

El objetivo del presente informe es exponer un análisis de los precios medios registrados en la comercialización del ajo durante la campaña 2015/16, exponiendo, asimismo, los principales datos de producción, superficie y rendimiento del ajo andaluz.

Para la elaboración de este informe y con el fin de poder presentar una información cuya representatividad sea lo más alta posible, se ha contactado telefónicamente con 10 empresas productoras y comercializadoras de ajos de Andalucía, así como con la Asociación de Productores y Comercializadores de Ajo de Andalucía (APROCOA), a quienes se les ha solicitado información relativa a los siguientes aspectos de la producción de ajo de 2015:

- Incremento o reducción de la superficie cultivada.
- Distribución de variedades.
- Retraso o adelanto de la entrada en producción.
- Incidencias de campaña.
- Comercialización. Interés de los clientes por el producto, nuevos países destino, así como precios alcanzados en el mercado.

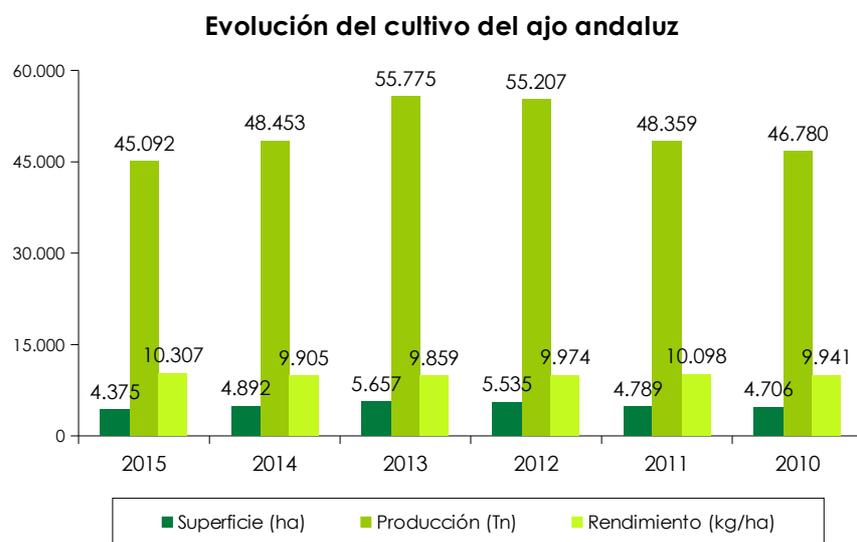
Por último, se exponen los precios medios del ajo manipulado alcanzados durante la campaña 2015/16 a la salida de la central hortofrutícola.

Superficie y Producción

Los datos de superficie andaluza sembrada de ajo en las últimas campañas muestran una disminución continua de la misma. Bajada que coincide con una caída continua de la cotización de este producto en el mercado durante las campañas 2013/14 y 2014/15.

Concretamente y, según los datos del Avance de superficie y producciones de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, la superficie sembrada en 2015 de esta hortaliza fue un 11% menor que la de la campaña 2014. Del mismo modo, la producción de ajo en 2015, ha sido un 7% inferior a la del año precedente, aunque el rendimiento durante la campaña 2015/16 ha sido un 4% superior al de la campaña 2014/15, situándose en 10.307kg/ha.

Gráfico 1 Evolución de la superficie, producción y rendimiento medio del ajo. 2010/15.



Fuente: Anuario de Estadísticas Agrarias y Pesqueras de la CAPDER 2010,2011, 2012 y 2013. Avance de Superficies y Producciones de la CAPDER, diciembre 2014 y octubre 2015 (Datos provisionales).

Córdoba sigue siendo la provincia andaluza con mayor superficie y producción de ajo, aglutinando cerca de la mitad de la superficie productiva total andaluza, concretamente el 40,5%. Le siguen las provincias de Málaga y Sevilla con el 19% y el 18%, respectivamente.

Tabla 1 Superficie, producción y rendimiento por provincia para el ajo. Campaña 2015.

	ALMERÍA	CÁDIZ	CÓRDOBA	GRANADA	HUELVA	JAÉN	MÁLAGA	SEVILLA
Superficie (ha)	30	55	1.772	530	8	350	850	780
Producción (Tn)	263	750	18.606	5.875	76	4.200	7.522	7.800
Rendimiento (kg/ha)	8.767	13.636	10.500	11.085	9.500	12.000	8.849	10.000

Fuente: Avance de Superficies y Producciones de la CAPDER. Octubre 2015. Datos provisionales.

Si se compara provincialmente la superficie andaluza cultivada de ajo en 2015 con la de la campaña anterior, se observa que Córdoba continúa con una tendencia decreciente de la superficie, disminuyendo ésta en un 17% con respecto a la superficie sembrada en 2014; al igual que Jaén y Málaga, cuyas caídas de superficie se cuantifican en un 39% y 9%, respectivamente. Por otro lado, Sevilla ha incrementado la superficie de cultivo en un 29%, mientras que la provincia de Granada ha mantenido las siembras de año anteriores.

En Andalucía, las principales variedades de ajo sembradas en la campaña 2015/16 fueron Spring, Blanco Francés y Morado. Al igual que en años anteriores, se mantuvieron porcentajes similares de representatividad para cada variedad, 70-75%, 5-10% y 20%, respectivamente.

En las variedades más tempranas de ajo Spring las labores de arranque del ajo en campo para la campaña 2015/16 fueron similares a las de campañas precedentes, iniciándose a mediados del mes de mayo. Para el resto de variedades de ajo la recolección comenzó a finales de mayo y se prolongó hasta mediados o finales del mes de junio.

El sector andaluz del ajo. Campaña 2015/ 16

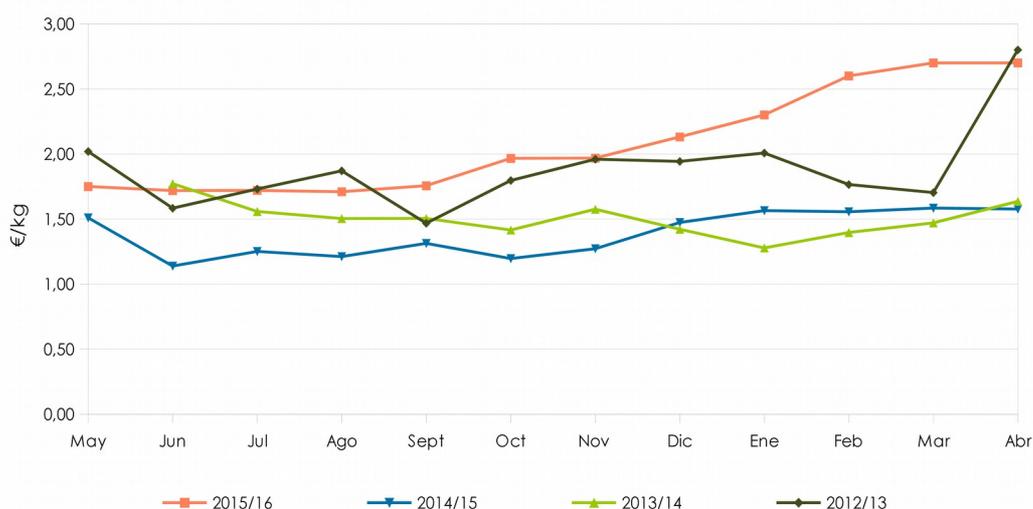
El proceso de secado de los ajos en campo comenzó con el calendario habitual del cultivo, a final del mes de mayo para aquellas variedades más tempranas y durante el mes de junio en el resto de variedades.

En cuanto a la calidad del producto, en esta campaña el ajo presentó una buena calidad, debido principalmente a que no hubo fenómenos climatológicos que dañasen el producto (lluvias, granizadas, etc).

Precios medios durante la campaña 2015/16

El ajo es un producto que permite su almacenamiento en cámaras durante períodos prolongados sin que se deteriore su calidad, pudiendo ser comercializado desde que se recolectó en los meses de mayo y junio de 2015, hasta que se inicia la recolección del nuevo ajo durante el siguiente año. Así, es habitual que cuando se inicia una nueva campaña de comercialización, las empresas aún mantengan una pequeña cantidad de ajos en sus almacenes, procedentes de la campaña anterior.

Gráfico 2 Evolución de las cotizaciones de ajo manipulado. Campañas 2012/13, 2013/14, 2014/15 y 2015/16.



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados.

Según las opiniones recogidas por los responsables de las empresas comercializadoras contactados y los datos publicados en el Observatorio de Precios y Mercados, los precios medios alcanzados por el ajo en la campaña 2015/16 han sido buenos para el sector, en comparación con la campaña precedente.

Tal y como, se aprecia en la gráfica adjunta, los precios medios de salida del producto manipulado desde el principio de la campaña de comercialización 2015/16 hasta la finalización de la misma, han sido superiores a los precios medios registrados en las dos campañas precedentes.

En general, los precios han tendido al alza durante el transcurso de la campaña, siendo varias las razones que apuntan a este resultado.

En primer lugar, una disminución del volumen de ajo ofertado, tanto a nivel europeo como mundial. La inexistencia este año de ajo almacenado, ha hecho que la oferta de producto sea inferior a la campaña anterior, en la que existía un excedente de oferta. Asimismo, la disminución de la

El sector andaluz del ajo. Campaña 2015/ 16

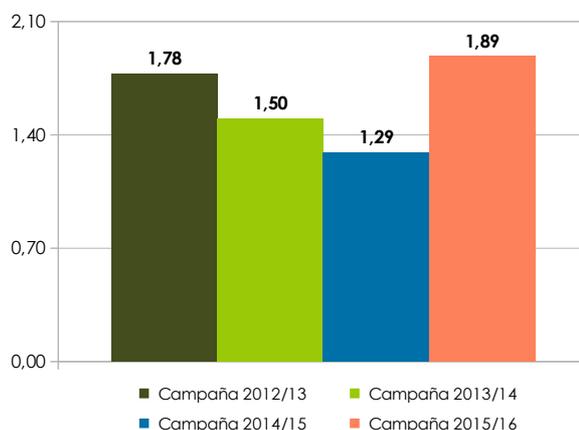
superficie sembrada de ajo a nivel mundial, ha ocasionado una disminución en el volumen de ajo ofertado.

En segundo lugar, las favorables condiciones climatológicas reinantes durante el desarrollo del cultivo, (ausencia de precipitaciones, granizadas en primavera o temperaturas extremas), así como, buenas temperaturas en el momento de la recolección, que han asegurado o garantizado una buena calidad del producto.

En general, el ajo ha tenido una calidad óptima, aunque el peso del ajo Morado se vio afectado en algunas zonas por las altas temperaturas sufridas durante el mes de mayo.

En la gráfica siguiente se representa el precio medio alcanzado por el ajo manipulado a la salida de la central de manipulación, en la campaña objeto del estudio 2015/16 y las tres campañas anteriores.

Gráfico 3 Precio medio del ajo manipulado para las campañas 2012/13, 2013/14, 2014/15 y 2015/16.



Fuente: Observatorio de Precios y Mercados.

Concretamente, en la campaña 2015/16 el precio medio registrado por el ajo a la salida de la central de manipulación fue de 1,89 euros por kilogramos de producto. Es decir, teniendo en cuenta el precio medio de la campaña anterior 2014/15 (1,29 euros por kilogramo) en la última campaña el precio aumentó en un 46% su valor.