



observatorio de precios y mercados

Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural



El Sector de los Cereales

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

Observatorio de Precios y Mercados



Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía
CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y DESARROLLO RURAL

Diciembre 2014

Índice

1. Superficie y producción
2. Importancia económica y precios de los cereales
3. Comercio exterior
4. Análisis de la campaña 2013/14
5. Anexos



1. Superficie y Producción

1.1. Evolución de la superficie de cereales en Andalucía

Superficie de cereales en Andalucía (miles de ha)

	Media 2009-2012	2013	2014
TRIGO BLANDO	116,19	161,77	185,56
TRIGO DURO	282,51	220,96	196,03
CEBADA	111,13	114,81	120,33
AVENA	83,83	83,46	82,04
TRITICALE	24,82	37,72	61,30
MAÍZ	29,23	43,50	32,11
ARROZ	38,86	39,77	40,41
Otros	5,08	6,41	6,27

Fuente: CAPDER: "Avances de Superficie y Producción de cultivo de Octubre 2014".

En Andalucía el trigo duro es el cereal que mayor superficie ocupa seguido del trigo blando y la cebada. No obstante, el trigo duro se encuentra en retroceso desde hace cinco campañas siendo sustituido por trigo blando principalmente. En la campaña 2013/14 la superficie de trigo blando ha aumentado un 14,7% respecto a la campaña anterior.

Es destacable el crecimiento de la superficie de triticales en los últimos años.

En cereales de primavera, se mantiene el arroz pero cae el maíz.

1.2. Evolución de la producción de cereales en Andalucía

Producción de cereales en Andalucía (miles de t)

	Media 2009-2012	2013	2014
TRIGO BLANDO	250,52	502,75	616,01
TRIGO DURO	629,44	633,07	609,44
CEBADA	211,30	271,70	194,15
AVENA	141,61	173,99	139,92
TRITICALE	61,71	114,71	188,29
MAÍZ	329,47	426,36	404,74
ARROZ	355,99	369,17	379,87
Otros	19,12	28,54	36,44

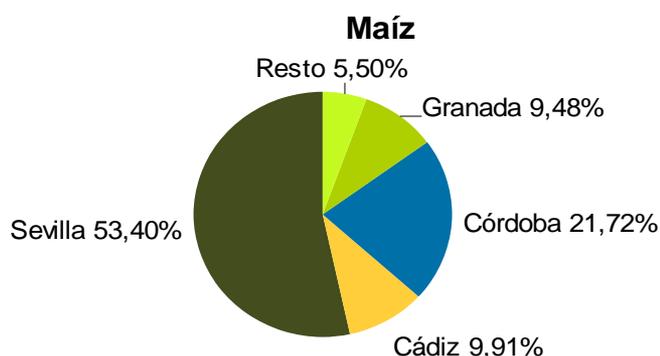
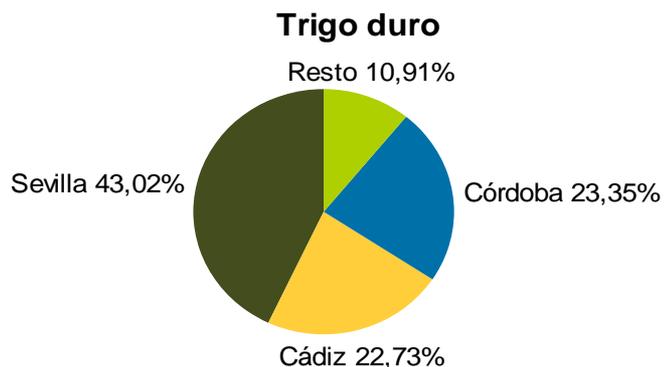
Fuente: CAPDER: "Avances de Superficie y Producción de cultivo de Octubre 2014".

La producción de trigo blando ha sido muy superior respecto a la de la campaña anterior al haber crecido un 22,5%, superando a la producción de trigo duro. También es significativo el aumento de la producción de triticales, mientras que las producciones de los demás cereales invierno han decaído.

En cereales de primavera, disminuye el maíz, pero aumenta el arroz.

1. Superficie y Producción

1.3. Distribución provincial de la producción de los principales cereales



El cultivo de cereales en Andalucía se concentra fundamentalmente en las provincias del Valle del Guadalquivir: Sevilla, Córdoba y Cádiz.

El cultivo del trigo en Andalucía se concentra fundamentalmente en Sevilla, 55,7% en el caso del trigo blando y 43% en el del trigo duro. Le siguen en importancia Córdoba, con más del 20% de la superficie de ambos tipos de trigo; y Cádiz.

El 74% de la producción de maíz andaluza se concentra en las provincias de Sevilla y Córdoba.

En Andalucía el arroz se cultiva en Sevilla mayoritariamente, utilizando el sistema de Producción Integrada.

2. Importancia económica y precios

2.1. Participación de los cereales en la PRA

Los cereales representan en torno al 5-6% de la producción vegetal y en torno al 4-5% de la Producción de la Rama Agraria de Andalucía (PRA).

- ◆ El trigo pesa más del 50% en el valor de la producción de cereales en la campaña 2013/14 .
- ◆ El maíz ha representado alrededor del 14% del valor de la producción de cereales de Andalucía en 2013/14 . Además esta Comunidad produjo alrededor del 8,7% de la producción nacional de maíz.
- ◆ El valor de la producción de arroz supone alrededor del 17% del valor de la producción de cereales. La producción de arroz cosechada en 2013 ha representado alrededor del 42% de la producción nacional. España es el segundo productor de arroz de la UE.

	Producción 2013/14 (miles de t)	Precio medio 2013/14 (€/t)	Valor de la producción 2013/14 (miles €)
Trigo duro	609,44	247,21	150.659,42
Trigo blando	616,01	211,17	130.083,47
Maíz	404,74	182,78	73.978,19
Arroz	379,87	260,80	99.070,36

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Avance de superficie y producciones (octubre 2014) y el Observatorio de Precios y Mercados. CAPDR

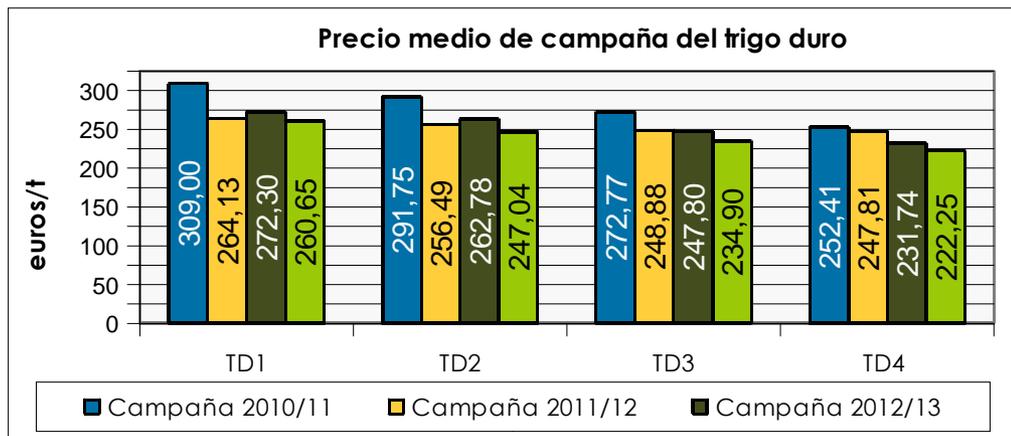
Nota: el precio del arroz procede del libro de "Precios percibidos por el agricultor" del MAGRAMA

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



2. Importancia económica y precios

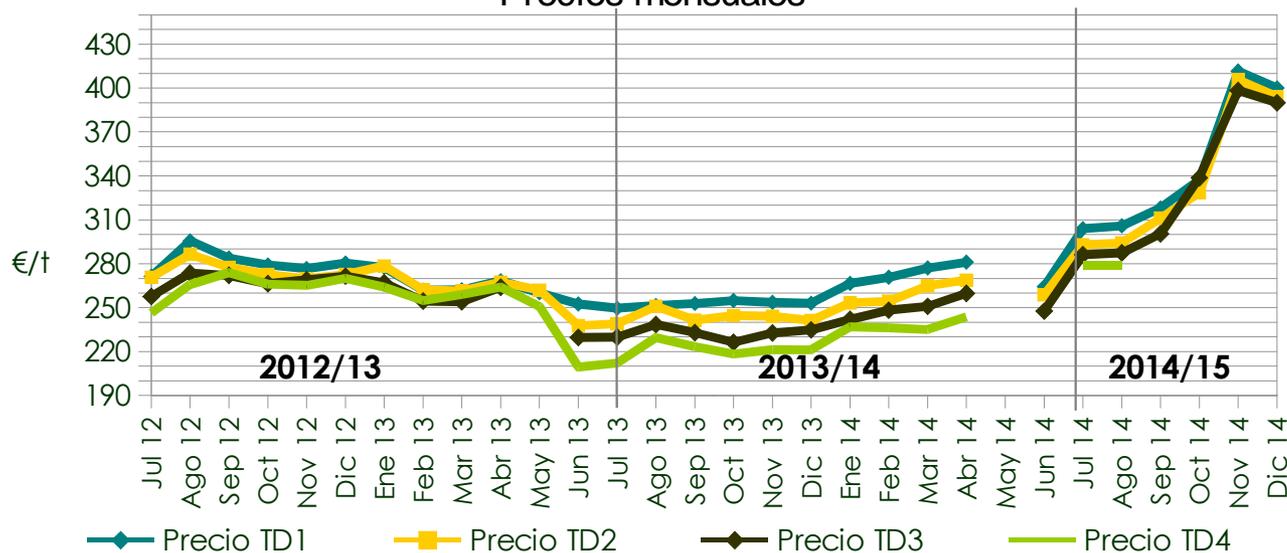
2.1. Evolución de los Precios de Trigo duro



Nota: Precio medio acumulado desde la semana 27 hasta la 26 del año siguiente

Nota: Los parámetros de calidad que definen los tipos de trigo se especifican en el anexo.

Precios mensuales



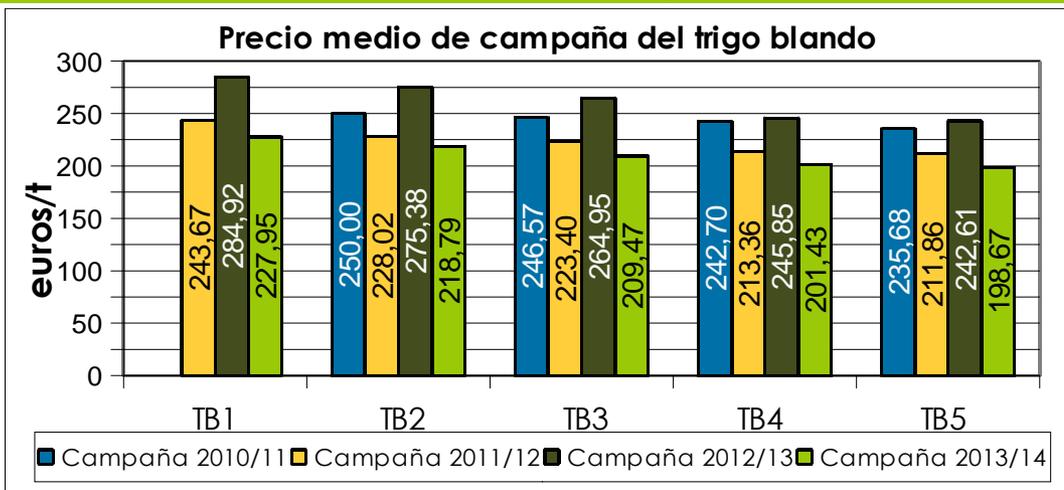
Fuente: Observatorio de Precios y Mercados.

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



2. Importancia económica y precios

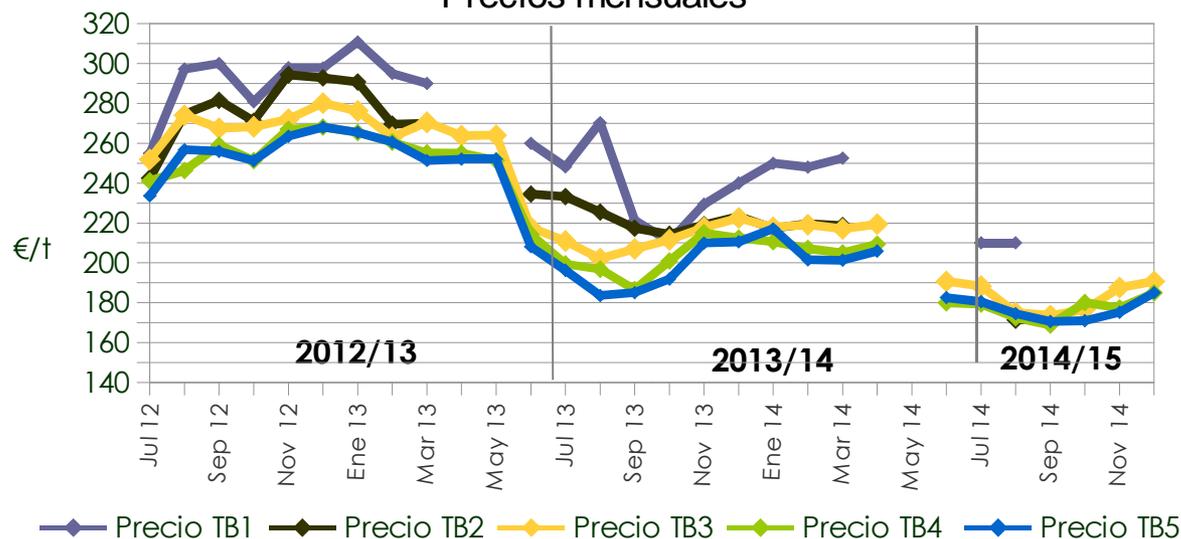
2.2. Evolución de los Precios de Trigo blando



Notas: Precio medio acumulado desde la semana 27 hasta la 26 del año siguiente

Nota: Los parámetros de calidad que definen los tipos d trigo se especifican en el anexo.

Precios mensuales



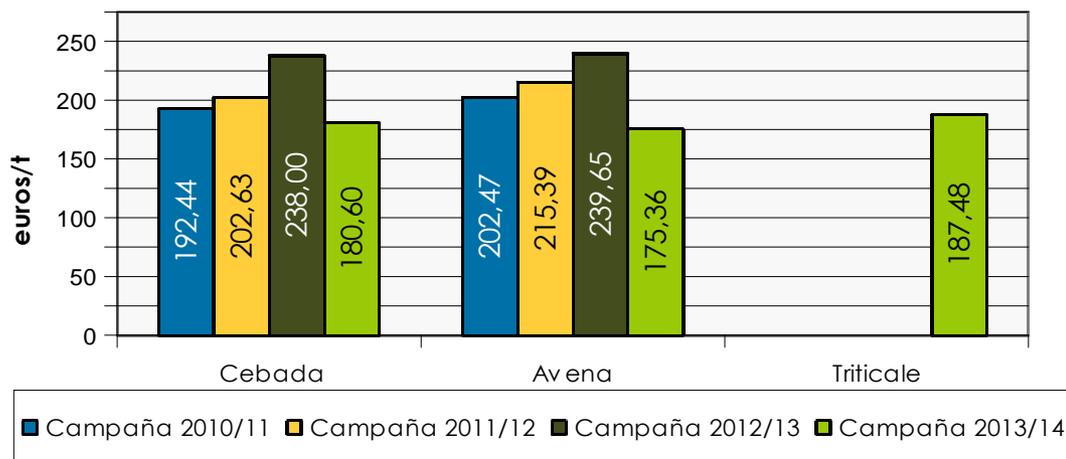
Se permite la reproducción total o parcial de los datos o gráficos de esta publicación, citando su procedencia.



2. Importancia económica y precios

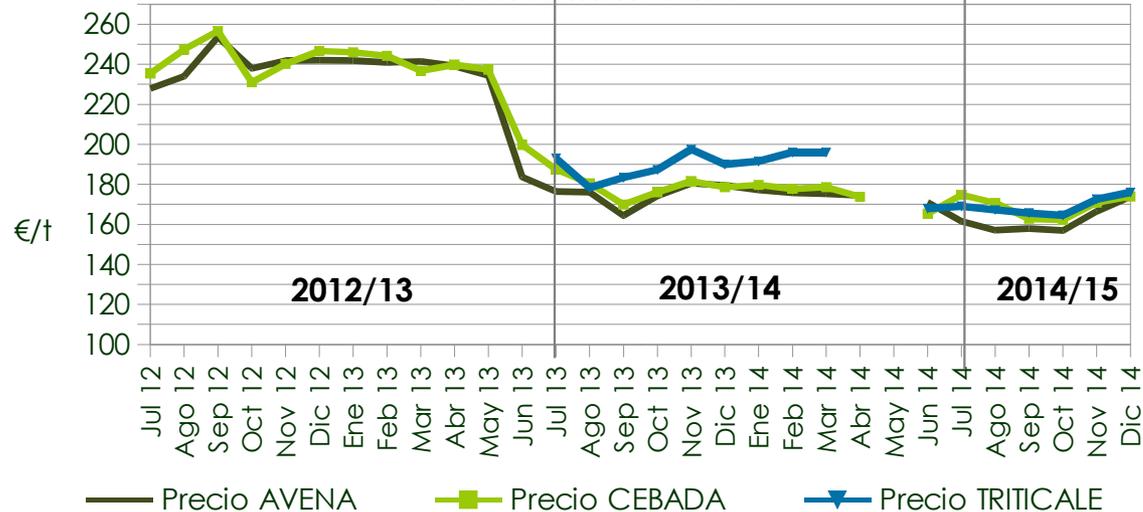
2.3. Evolución de los Precios de otros cereales de invierno

Precio medio de campaña de cereales de invierno



Notas: Precio medio acumulado desde la semana 27 hasta la 26 del año siguiente
 Nota: Los parámetros de calidad que definen los tipos de trigo se especifican en el anexo.

Precios mensuales

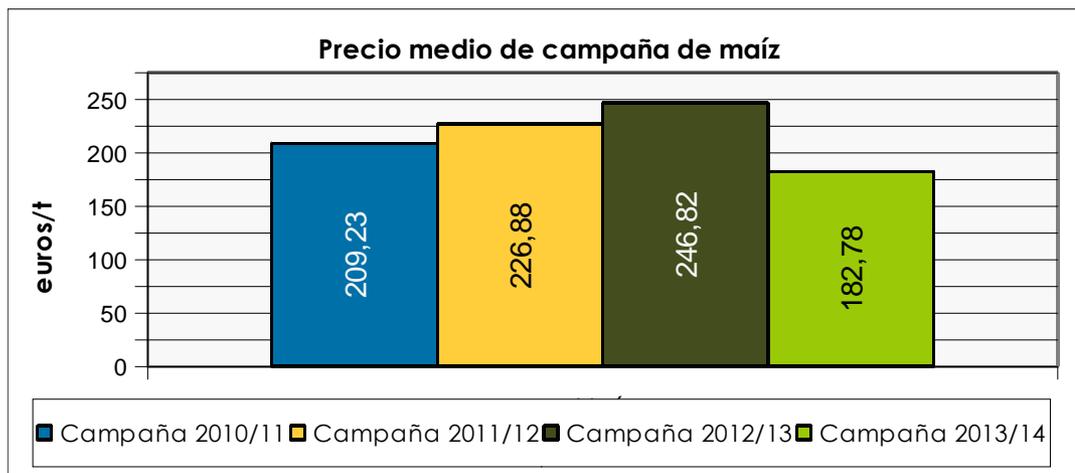


Fuente: Observatorio de Precios y Mercados



2. Importancia económica y precios

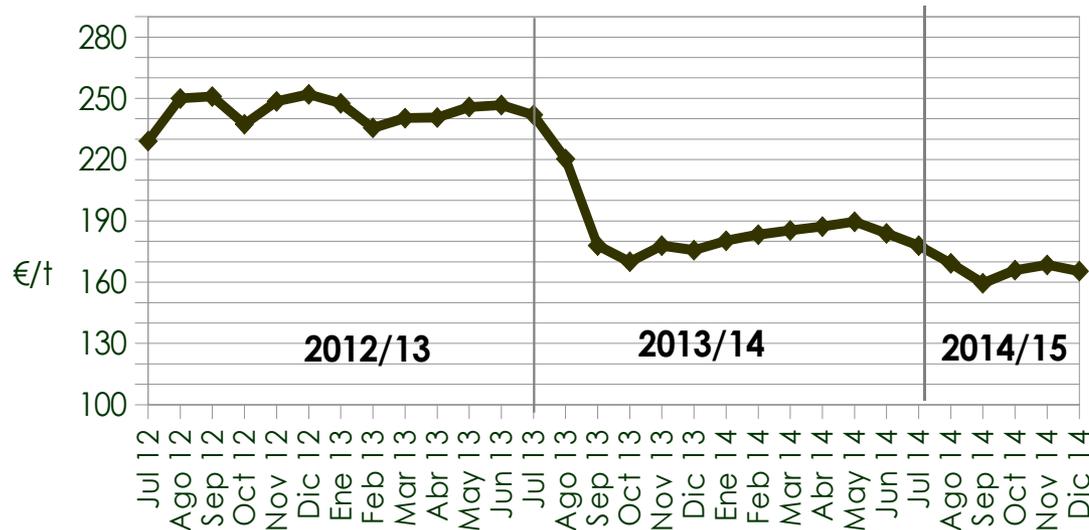
2.4. Evolución de los Precios de Maíz



Notas: Precio medio acumulado desde la semana 27 hasta la 26 del año siguiente

Nota: Los parámetros de calidad que definen los tipos de trigo se especifican en el anexo.

Precios mensuales de maíz



3. Comercio Exterior

3.1. Evolución de las Exportaciones en Volumen y Valor

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES EN VOLUMEN (T)

	Campaña 2009-2010	Campaña 2010-2011	Campaña 2011-2012	Campaña 2012-2013	Campaña 2013-2014	MEDIA ÚLTIMAS CINCO CAMPAÑAS
CEREALES	272.122,2	450.338,8	352.353,5	401.257,7	430.975,0	381.409,4
Trigo y morcajo	158.908,3	288.141,6	214.154,7	189.494,7	285.306,4	227.201,2
Centeno	26,1	333,5	36,1	431,6	126,0	190,7
Cebada	902,0	828,7	2.404,4	4.404,3	3.203,0	2.348,5
Avena	7.496,6	1.130,6	2.864,6	1.050,8	1.216,7	2.751,8
Maíz	4.404,3	5.417,5	15.188,3	33.278,7	17.270,9	15.111,9
Arroz	99.009,5	152.764,4	115.902,8	159.138,2	115.505,4	128.464,0

Fuente: DATACOMEX

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES EN VALOR (miles de €)

	Campaña 2009-2010	Campaña 2010-2011	Campaña 2011-2012	Campaña 2012-2013	Campaña 2013-2014	MEDIA ÚLTIMAS CINCO CAMPAÑAS
CEREALES	1.491.067,3	1.156.367,9	1.589.055,8	1.089.085,4	818.101,7	1.228.735,6
Trigo y morcajo	702.865,0	437.308,6	1.076.112,8	685.957,5	416.082,6	663.665,3
Centeno	20.089,0			13.199,8		6.657,8
Cebada	392.463,4	208.767,2	60.437,4	125.720,2	53.320,9	168.141,8
Avena	121.829,1	59.130,4	56.483,4	68.445,0	31.785,0	67.534,6
Maíz	205.949,6	312.694,2	307.541,0	177.441,7	268.596,2	254.444,5
Arroz	25.760,6	25.688,1	71.724,4	14.751,6	29.339,7	33.452,9

Fuente: DATACOMEX

3. Comercio Exterior

3.2. Evolución de las Importaciones en Volumen y Valor

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES EN VOLUMEN (T)

	Campaña 2009-2010	Campaña 2010-2011	Campaña 2011-2012	Campaña 2012-2013	Campaña 2013-2014	MEDIA ÚLTIMAS CINCO CAMPAÑAS
CEREALES	1.491.067,3	1.156.367,9	1.589.055,8	1.089.085,4	818.101,7	1.228.735,6
Trigo y morcajo	702.865,0	437.308,6	1.076.112,8	685.957,5	416.082,6	663.665,3
Centeno	20.089,0			13.199,8		6.657,8
Cebada	392.463,4	208.767,2	60.437,4	125.720,2	53.320,9	168.141,8
Avena	121.829,1	59.130,4	56.483,4	68.445,0	31.785,0	67.534,6
Maíz	205.949,6	312.694,2	307.541,0	177.441,7	268.596,2	254.444,5
Arroz	25.760,6	25.688,1	71.724,4	14.751,6	29.339,7	33.452,9

Fuente: DATACOMEX

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES EN VALOR (T)

	Campaña 2009-2010	Campaña 2010-2011	Campaña 2011-2012	Campaña 2012-2013	Campaña 2013-2014	MEDIA ÚLTIMAS CINCO CAMPAÑAS
CEREALES	230.923,1	254.211,7	357.628,2	299.246,8	197.190,9	267.840,1
Trigo y morcajo	102.586,9	98.909,6	225.502,8	172.504,0	89.316,0	137.763,9
Centeno	2.332,2	0,0	0,0	3.132,8	0,0	1.093,0
Cebada	57.862,2	36.836,3	13.249,9	31.153,4	13.901,7	30.600,7
Avena	14.626,4	10.241,7	11.993,1	17.361,6	5.440,7	11.932,7
Maíz	36.611,3	70.325,4	74.902,3	63.161,7	63.998,9	61.799,9
Arroz	13.046,1	13.731,3	27.079,4	9.679,1	19.472,1	16.601,6

Fuente: DATACOMEX



3. Comercio Exterior

3.3. Principales socios comerciales

- Casi la totalidad de las importaciones de trigo andaluzas son de trigo blando, cereal en el que Andalucía es deficitaria. En la campaña 2013/14 las importaciones de trigo procedieron fundamentalmente de Bulgaria (40,4%) y Serbia (22,4%).
- Por el contrario, el trigo duro representa casi la totalidad de las exportaciones de trigo, cereal en el que Andalucía es excedentaria. Los destinos son fundamentalmente Italia, Portugal y Argelia.
- Andalucía es importadora neta de maíz. En la campaña 2013/14 las importaciones fundamentalmente procedieron de Bulgaria (47,8%) y Ucrania (39,8%).
- Andalucía exporta arroz principalmente a la UE. En la campaña 2013/14, los principales destinos de las exportaciones de arroz andaluz fueron Bélgica (65%), Reino Unido (8,7%) y Turquía (8,4%).



4. Análisis de la campaña 2013/14

SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN

- En la campaña 2013/14 la superficie de cereal de invierno en Andalucía aumentó más del 4% respecto a la campaña anterior, siendo el trigo blando, la cebada y el triticale los responsables de dicho crecimiento. Los incrementos en la producción se han ceñido a trigo blando y triticale, +22% y el +64%, respectivamente.
- En cuanto a los cereales de primavera, el arroz ha aumentado ligeramente tanto en superficie como en producción, mientras que el maíz ha evolucionado negativamente.
- Las escasas lluvias de marzo y abril, unidas a las excesivas temperaturas de mayo hicieron mermar la producción de trigo duro, aunque a cambio se obtuvo una calidad excepcional, al haberse clasificado mayoritariamente como Grupo 1 (TD1), el más apreciado por la industria molinera y pastera. Por el contrario, el trigo blando, que no fue afectado en su rendimiento, sí lo fue en su calidad.

4. Análisis de la campaña 2013/14 (continuación)

COTIZACIONES

• Tras las fuertes bajadas generalizadas de las cotizaciones en el sector de los **cereales de invierno** en la campaña 2012/13, en la campaña 2013/14 los precios han seguido tendiendo a la baja, excepto en el caso de los trigos duros. Los descensos fueron del orden del 20% en el caso de los trigos blandos y llegan a ser del 25 y 27% en el caso de la avena y la cebada. Las mismas tendencias observadas en la campaña 2013/14 continúan en lo que se lleva de campaña 2014/15.

Únicamente la evolución de los precios de los trigos duros ha sido positiva a lo largo de toda la última campaña, a pesar de lo cual no han logrado situarse al nivel de los precios medios de la campaña anterior. El descenso de los precios medios respecto a la campaña anterior en cada subtipo de trigo duro osciló entre un 4% y un 6%. En la campaña 2014/15 se ha producido un fuerte impulso de los precios de los trigos duros.

• La bajada de la cotización media del **maíz** en la campaña 2013/14 es del 26% respecto a la anterior campaña. El fuerte descenso de los precios ha tenido lugar en la campaña 2013/14 y no en la anterior, donde se mantuvo más o menos constante.

• Entre las causas de las bajadas de las cotizaciones se encuentran las importantes cosechas obtenidas a nivel mundial, después de que en 2013 ya habían bajado los precios como consecuencia de una producción récord. A esto hay que unir una dispersión de la oferta frente a un pequeño número de operadores por parte de la demanda. Como consecuencia, las cotizaciones de la campaña están siendo inferiores a las del año anterior, a pesar de ser deficitario el mercado nacional donde la cosecha ha sufrido mermas a causa de la sequía de algunas zonas productoras.



5. Anexos. Parámetros de calidad que definen los tipos de trigo duro y blando

Parámetros de calidad del trigo duro

	Proteína (%)	Peso específico (kg/hl)	Vitrosidad (%)	Indice General de Calidad
TD1	≥ 13	≥ 80	> 80	≥ 105
TD2	≥ 12	≥ 78	> 75	≥ 100
TD3	≥ 11	≥ 77	> 60	≥ 98
TD4	El resto			

Parámetros de calidad del trigo blando

	Proteína (%)	W	P/L	Indice caída
TB1	≥ 13	≥ 300 (harinas mejorantes)	≤ 1,5	≥ 250
TB2	≥ 12	200 ≤ W < 300 (harinas de media fuerza)	≤ 1,2	≥ 250
TB3	≥ 11	100 ≤ W < 200 (harinas corrientes)	≤ 0,8	≥ 250
TB4	≥ 10	< 100 (harinas impanificables)	≤ 0,5	
TB5	El resto (harinas impanificables)			

Las determinaciones de la calidad harino-panadera de los trigos blandos vienen dadas por métodos estandarizados como porcentajes de proteínas, índice de caída y alveogramas: valores de W (fuerza), L (elasticidad) y P (tenacidad), entre otros.

5. Anexos. Notas metodológicas sobre los precios

Los precios presentados en este boletín son extraídos de las consultas al Observatorio de Precios y Mercados que se encuentra en la página web de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural <http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/observatorio>

El precio medio en origen se define como el importe de venta del agricultor a la entrega del género en el almacén o comercializadora, sin IVA. Se diferencian dos tipos de precios medios en origen:

- **Precio medio en origen por producto.** Se obtiene a partir del cálculo de la media de las partidas comercializadas de producto, utilizando una ponderación semanal del volumen.
- **Precio medio en origen por tipo.** Se obtiene de forma semejante al precio medio en origen por producto, con la salvedad de diferenciar por tipos en la ponderación.

Consideraciones previas:

Todos los precios presentados están expresados en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por tonelada (€/t).

Las consultas recogen los precios de liquidación medios mensuales ponderados con los volúmenes de venta de las empresas. El período tenido en cuenta para la realización de las consultas es la campaña de comercialización, que abarca desde el 1 de julio de hasta el 30 de junio del año siguiente.



observatorio de precios y mercados

Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural



El Sector de las Leguminosas

Observatorio de Precios y Mercados



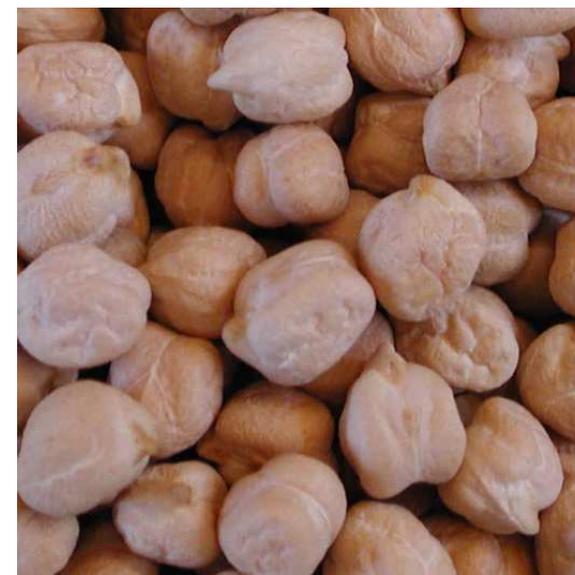
Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía
CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y DESARROLLO RURAL

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



Índice

1. Superficie y producción
2. Importancia económica y precios
3. Comercio exterior
4. Conclusiones



1. Superficie y Producción

1.1. Evolución de la superficie de leguminosas en Andalucía

Superficie de leguminosas grano en Andalucía (miles de ha)

	Media 2009-2012	2013	2014
GARBANZO	13,02	11,28	19,11
HABA SECA	17,23	11,34	14,80
GUISANTE SECO	8,38	6,32	8,13
VEZA	5,94	4,86	6,37
Otros	3,02	4,88	5,24

Fuente: CAPDER: "Avances de Superficie y Producción de cultivo de Octubre 2014".

En Andalucía el garbanzo, seguido del haba seca son los cultivos que mayores superficies ocupan dentro del sector de leguminosas.

En la campaña 2013/14 la superficie de leguminosas ha aumentado un 38,7% respecto a la campaña anterior. El crecimiento de la superficie de garbanzo es la más destacable (+69%).

1.2. Evolución de la producción de cereales en Andalucía

La producción de leguminosas ha sido muy superior respecto a la de la campaña anterior al haber crecido un 22,4%. Destaca nuevamente el aumento de la producción de garbanzo (+48%).

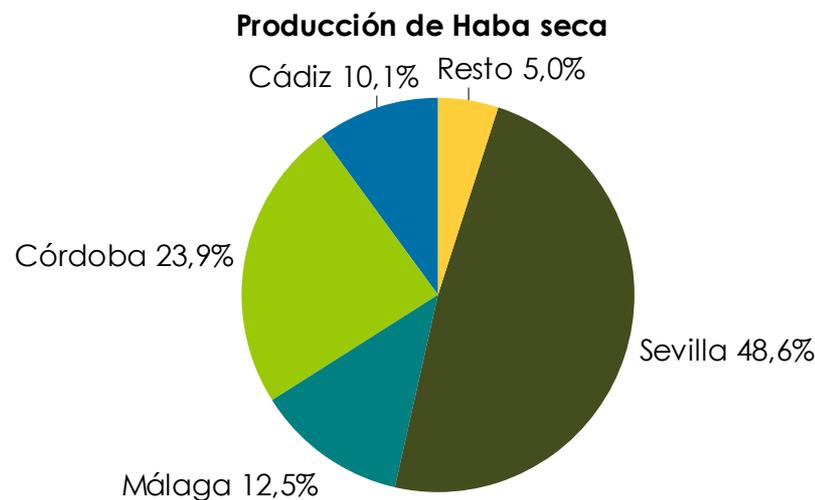
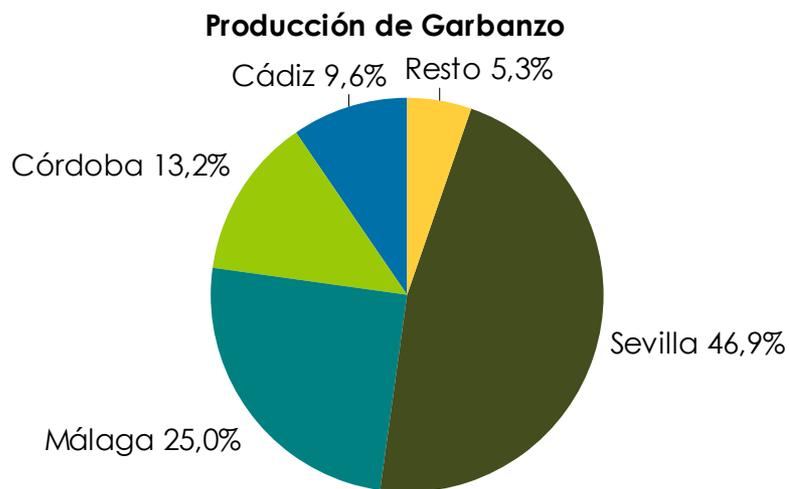
Producción de leguminosas grano en Andalucía (miles de t)

	Media 2009-2012	2013	2014
GARBANZO	12,43	13,78	20,37
HABA SECA	23,06	16,64	20,65
GUISANTE SECO	8,42	5,90	7,05
VEZA	5,05	4,16	3,77
Otros	1,94	3,59	2,10

Fuente: CAPDER: "Avances de Superficie y Producción de cultivo de Octubre 2014".

1. Superficie y Producción

1.3. Distribución provincial de la producción de los principales leguminosas



El 85% de la producción de leguminosas en Andalucía se concentra en las provincias de Sevilla, Málaga y Córdoba, siendo Sevilla la principal productora.

El cultivo del garbanzo se localiza fundamentalmente en Sevilla (46,9)% y Málaga (25%).

El cultivo del haba seca se localiza fundamentalmente en Sevilla (48,6)% y Córdoba (24%).



observatorio de precios y mercados

Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural



2. Importancia económica y precios

2.1. Participación de los cereales en la PRA

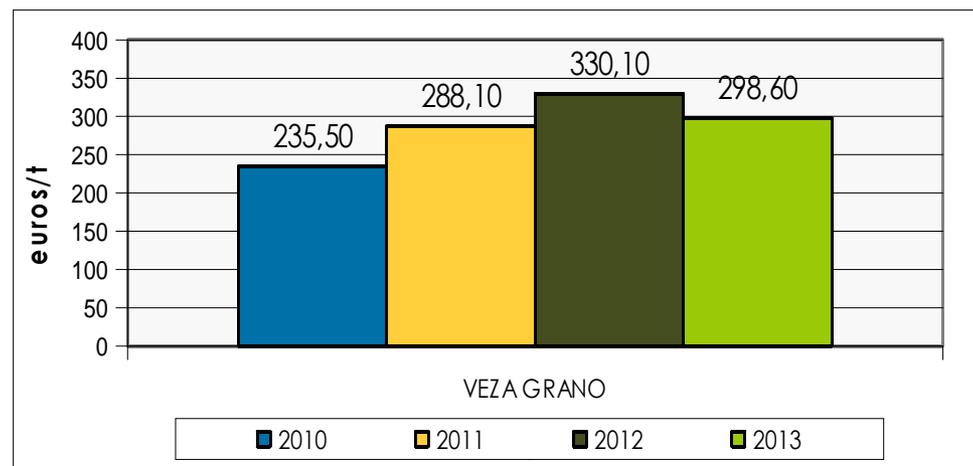
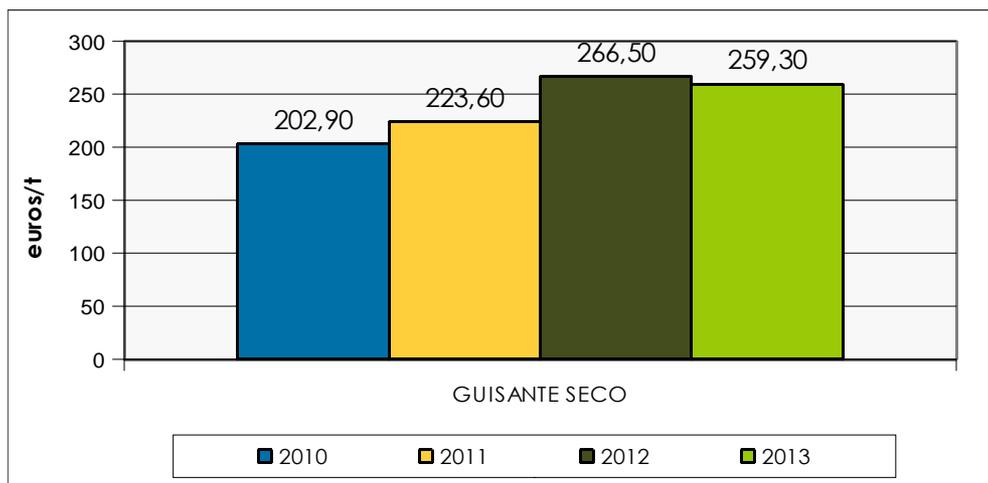
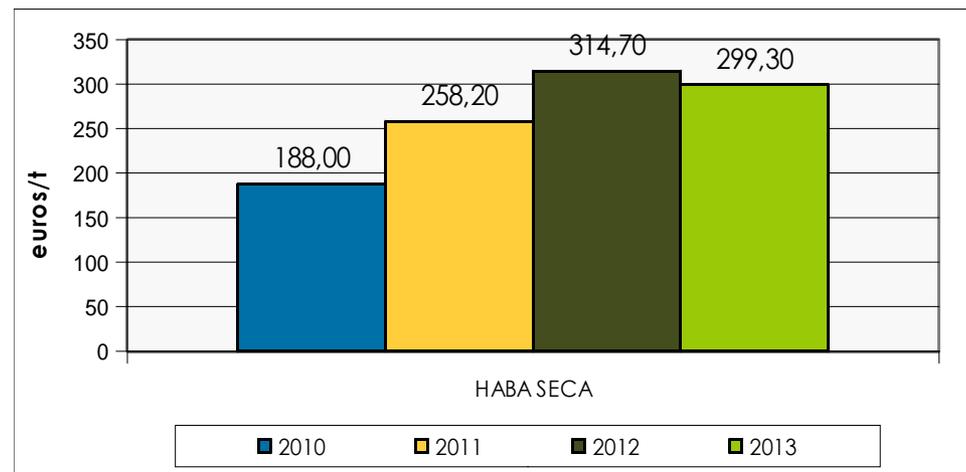
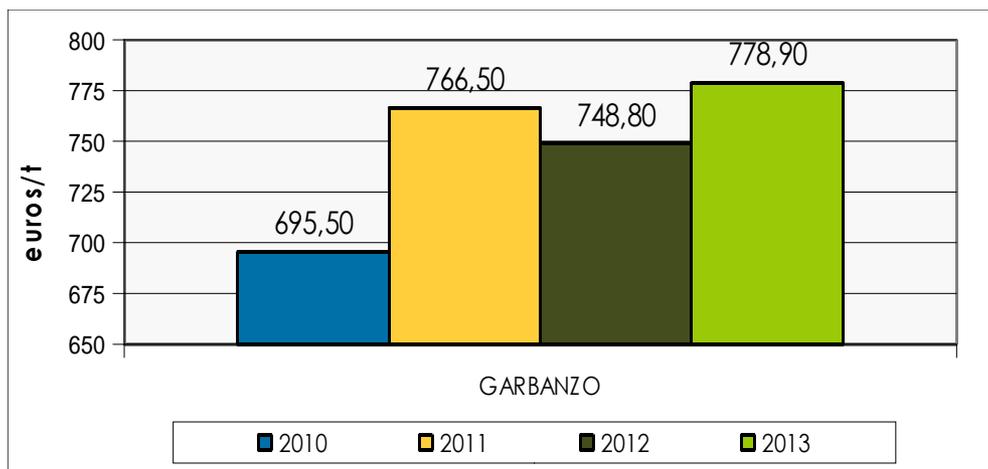
Las leguminosas representan en torno al 0,25% de la producción vegetal y en torno al 0,2% de la Producción de la Rama Agraria (PRA) de Andalucía.

	Producción 2013 (miles de t)	Precio medio 2013 (€/t)	Valor de la producción 2013 (miles €)
Garbanzo	13,78	778,90	10.734,02
Haba seca	16,64	299,30	4.978,86
Guisante seco	5,90	259,30	1.529,35
Veza	4,16	298,60	1.242,18

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Avance de superficie y producción de octubre 2014 (CAPDR) y "Precios percibidos por el agricultor" (MAGRAMA)

2. Importancia económica y precios

2.2. Evolución de los Precios de Leguminosas



Fuente: MAGRAMA "Precios Percibidos por el Agricultor"

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

3. Comercio Exterior

3.1. Evolución de las Exportaciones en Volumen y Valor

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES EN VOLUMEN (T)

	Campaña 2009-2010	Campaña 2010-2011	Campaña 2011-2012	Campaña 2012-2013	Campaña 2013-2014	MEDIA ÚLTIMAS CINCO CAMPAÑAS
Garbanzos	810,7	311,3	169,5	27,8	61,8	276,2
Habas secas	741,8	722,3	1.034,7	865,7	904,9	853,9
Guisantes secos	602,4	338,2	5.433,3	1.054,2	354,2	1.556,5

Fuente: ICEX

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES EN VALOR (miles de €)

	Campaña 2009-2010	Campaña 2010-2011	Campaña 2011-2012	Campaña 2012-2013	Campaña 2013-2014	MEDIA ÚLTIMAS CINCO CAMPAÑAS
Garbanzos	396,0	189,9	133,5	27,5	50,9	159,6
Habas secas	350,3	423,4	565,8	573,8	568,7	496,4
Guisantes secos	165,6	187,3	1.279,1	359,0	140,3	710,4

Fuente: ICEX

3. Comercio Exterior

3.2. Evolución de las Importaciones en Volumen y Valor

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES EN VOLUMEN (T)

	Campaña 2009-2010	Campaña 2010-2011	Campaña 2011-2012	Campaña 2012-2013	Campaña 2013-2014	MEDIA ÚLTIMAS CINCO CAMPAÑAS
Garbanzos	3.075,8	2.860,0	1.859,0	4.895,9	4.950,0	3.528,2
Habas secas	13.440,2	4.457,2	8.132,0	87,1	122,6	5.247,8
Guisantes secos	15.011,5	30.050,7	18.615,1	31.095,3	11.477,0	21.249,9

Fuente: ICEX

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES EN VALOR (T)

	Campaña 2009-2010	Campaña 2010-2011	Campaña 2011-2012	Campaña 2012-2013	Campaña 2013-2014	MEDIA ÚLTIMAS CINCO CAMPAÑAS
Garbanzos	2.451,8	2.696,3	2.501,4	5.564,6	4.818,4	3.606,5
Habas secas	2.486,0	1.489,0	2.358,3	108,9	113,1	1.311,1
Guisantes secos	2.458,5	6.487,6	3.975,1	8.835,5	2.836,2	4.918,6

Fuente: ICEX

Andalucía es importadora neta de leguminosas. El guisante seco representa en torno al 70% de las importaciones de leguminosa y los principales proveedores son Argentina, Rusia y Canadá. En segundo lugar la leguminosa que más se importa es el haba seca, que se compra principalmente a Reino Unido y Francia. El 80% del garbanzo importado procede de México.



4. Conclusiones

SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN

- En la campaña 2013/14 la superficie de leguminosas en Andalucía aumentó casi un 39% respecto a la campaña anterior, siendo el garbanzo el cultivo que más creció.
- En cuanto a la producción, también ha aumentado considerablemente, siendo el garbanzo de nuevo el cultivo que más ha crecido.

COTIZACIONES

- A lo largo del periodo 2010-2013 se observa una tendencia al alza en los precios de todas las leguminosas.

COMERCIO EXTERIOR

- Andalucía es importadora neta de leguminosas.