

Precios en los mercados mayoristas internacionales Hortícolas Protegidos Campaña 2013/14



Observatorio de precios y mercados

Julio 2015

CONTENIDOS

1. Notas metodológicas
2. Tomate (cherry y otros)
3. Pimiento
4. Pepino
5. Calabacín
6. Berenjena
7. Judía verde
8. Melón
9. Sandía
10. Síntesis de la campaña

Cada producto presenta los siguientes análisis:

- a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto.
- b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto (si procede).
- c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto.



1. Notas Metodológicas

Definiciones

Precio medio más frecuente en mercado mayorista internacional

El precio en mercado mayorista se define como el precio medio de productos comercializados en los principales mercados mayoristas internacionales. Refleja el precio de venta del comercio mayorista al comercio detallista.

Los precios mostrados en este informe se corresponden con la media de los precios más frecuentes correspondientes a diferentes variedades o tipologías, sin tener en cuenta calibres ni tipos de envase y tomados de lunes a viernes en los mercados más representativos internacionales.

Fuentes de información

Aplicación IPRECOM. Ministerio de Economía y Competitividad

Los precios en mercados mayoristas internacionales proceden de consultas realizadas a la Aplicación IPRECOM (<http://iprecom.comercio.es/>) del Ministerio de Economía y Competitividad. Las consultas recogen los precios más frecuentes para los diferentes productos en los principales mercados europeos y de EE.UU., identificando el origen del producto, el formato, calibre, categoría, etc.

El período tenido en cuenta para la realización de las consultas está comprendido entre octubre de 2013 y julio de 2014 (Campaña 2013/14).

Consideraciones previas I

Los precios presentados en este documento están expresados en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por kilo (€/kg) y en todos los casos se refieren a productos cuyo origen es España.



1. Notas Metodológicas

Consideraciones previas II

Las diferencias de precios entre los distintos mercados se pueden deber a factores que no han sido analizados, como los distintos formatos o los distintos tipos de producto, en muchas ocasiones por falta de información. Por tanto, las conclusiones deben tomarse con precaución.

Mercados mayoristas analizados

Los mercados internacionales consultados se han analizado agrupándolos en base a su país de origen, mostrándose de la siguiente manera:

Mercados franceses

Lyon

París

Perpignan

Toulouse

Otros mercados europeos

Londres

Milán

Mercados alemanes

Colonia

Frankfurt

Hamburgo



2. TOMATE

Precios mercados internacionales.

Campaña 2013/14.



2.1. Tomate (excepto tipo cherry)

2.1.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

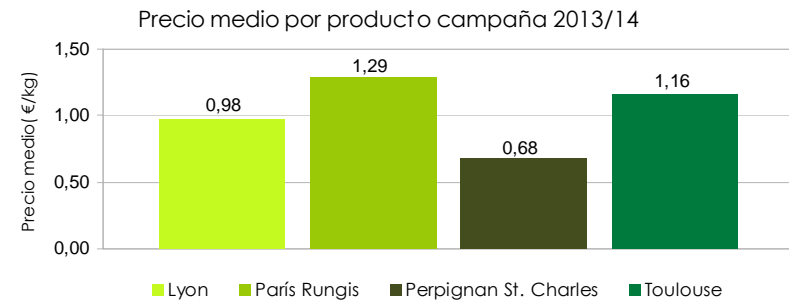
En los **mercados franceses**, hubo diferencia en las cotizaciones medias, siendo el de París el que registró un precio más alto de los franceses, con 1,29 €/kg y Perpignan el más bajo, de los nueve mercados consultados, con 0,68 €/kg.

Los **mercados alemanes** registraron un precio medio con menos diferencias entre ellos que las que presentan los franceses. En casi todos los casos, estos precios son superiores al precio medio de la campaña.

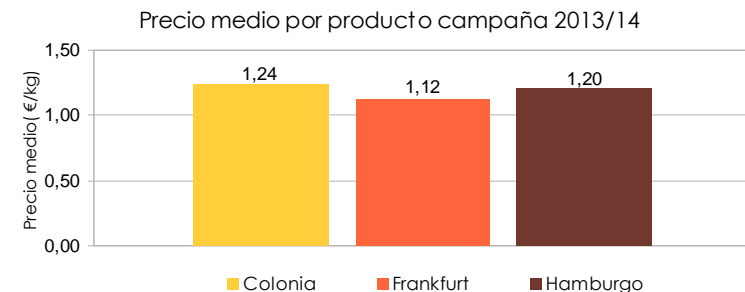
Respecto a **otros mercados europeos**, el de Londres registró las mayores cotizaciones de los nueve con 1,34 €/kg.

Precio medio de la campaña: 1,13 €/kg

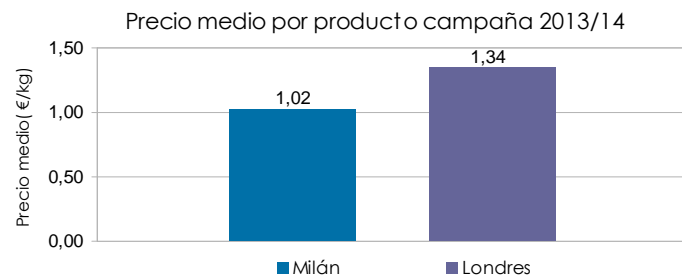
Mercados franceses



Mercados alemanes



Otros mercados europeos

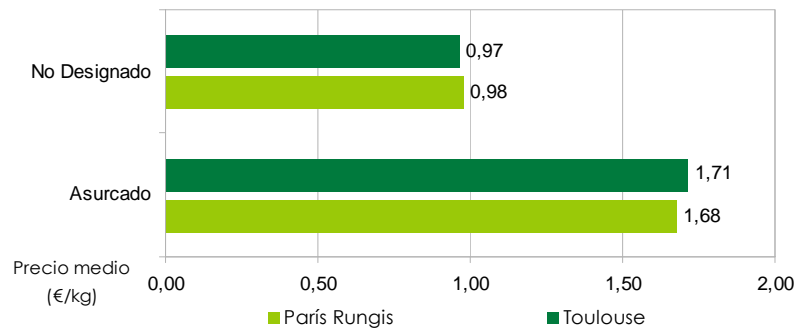


2.1. Tomate (excepto tipo cherry)

2.1.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

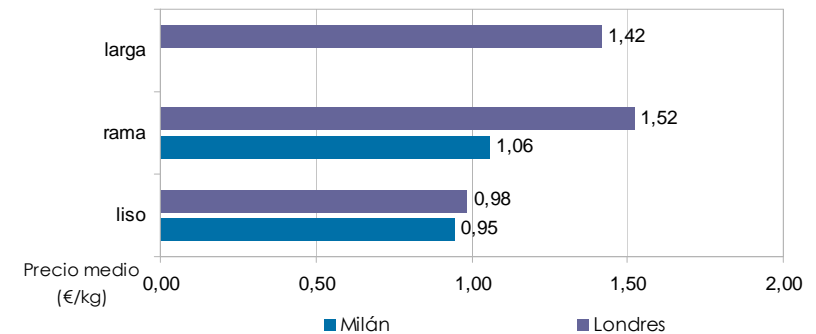
Mercados franceses

Precio medio por tipo de producto



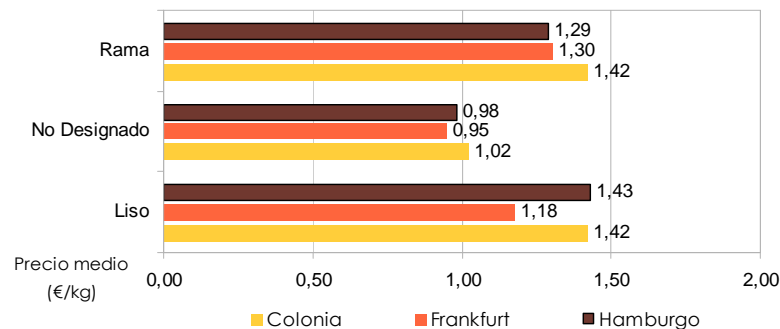
Otros mercados europeos

Precio medio por tipo de producto



Mercados alemanes

Precio medio por tipo de producto



Todos los **mercados franceses** comercializaron el tomate origen España, sin especificar el tipo, salvo París y Toulouse que también recogieron datos del tipo asurcado, siendo estas cotizaciones bastante elevadas.

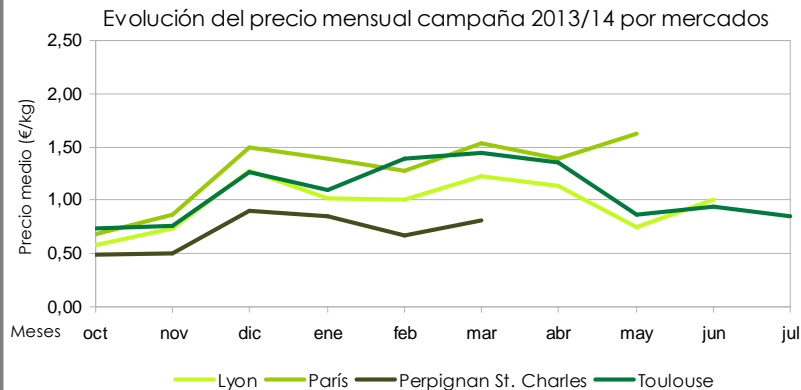
En los **mercados alemanes** se clasificó el producto bajo diversos tipos. Los precios registrados para cada tipo fueron similares entre ellos salvo en el tipo liso, donde Frankfurt registró el precio más bajo de los tres.

Respecto a **otros mercados europeos**, destacan los altos precios medios de los tipos rama y larga vida del mercado de Londres y los bajos precios del mercado de Milán de los dos tipos comercializados allí.

2.1. Tomate (excepto tipo cherry)

2.1.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

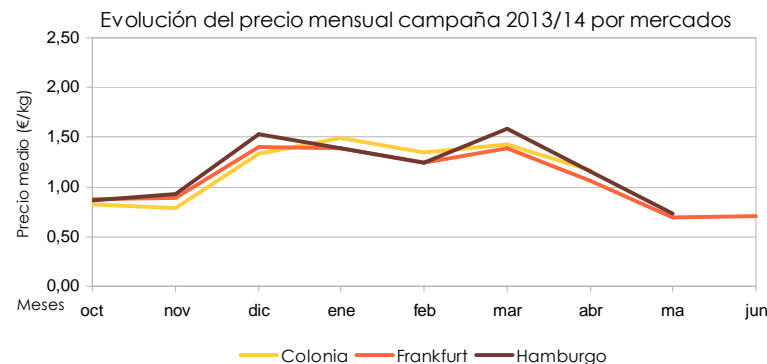
Mercados franceses



Los **mercados franceses** comenzaron la campaña con un precio de partida inferior al registrado al final de campaña. Las fluctuaciones registradas fueron similares entre ellos aunque a diferentes niveles, con Perpignan con los precios más bajos a lo largo de toda la campaña. La duración de la campaña fue lo que más difirió entre ellos, terminando Perpignan en el mes de marzo, posteriormente cesaron las cotizaciones en París en mayo, más tarde finalizó Lyon en junio, hasta completarse la campaña en Toulouse.

En relación a los **mercados alemanes**, tuvieron un comportamiento, a lo largo de la campaña, similar entre ellos, aunque Colonia fue el primero en finalizar en el mes de abril, siendo el último Frankfurt que se alargó hasta junio.

Mercados alemanes



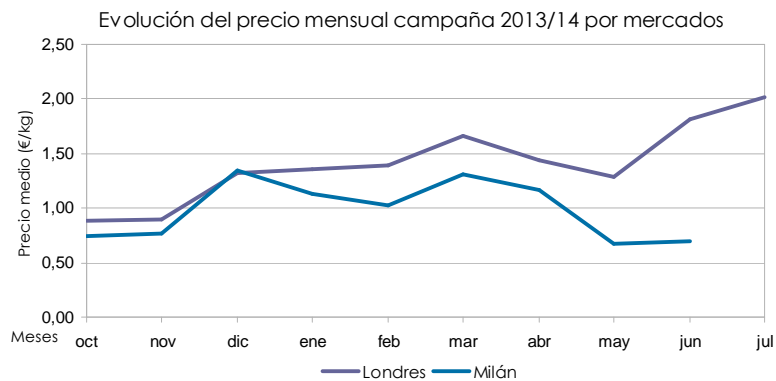
Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	1,49	50	0,58	43
París	1,70	19-21	0,64	42
Perpignan	0,97	50	0,46	47
Toulouse	1,50	11 y 16	0,70	42

Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Colonia	1,62	3	0,75	48
Frankfurt	1,54	11	0,58	21
Hamburgo	1,68	11	0,67	21

2.1. Tomate (excepto tipo cherry)

2.1.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Otros mercados europeos



Respecto a **otros mercados europeos**, el mercado de **Londres** muestra presencia de tomate con origen España en todas sus semanas. La campaña se caracterizó por presentar una tendencia creciente, de manera escalonada, salvo en los meses de marzo a mayo donde la tendencia fue decreciente. El precio final de campaña fue muy superior al precio registrado al comienzo.

El mercado de **Milán** tuvo un precio inicial y final de campaña muy similar e inferior al registrado en la parte central de la campaña.

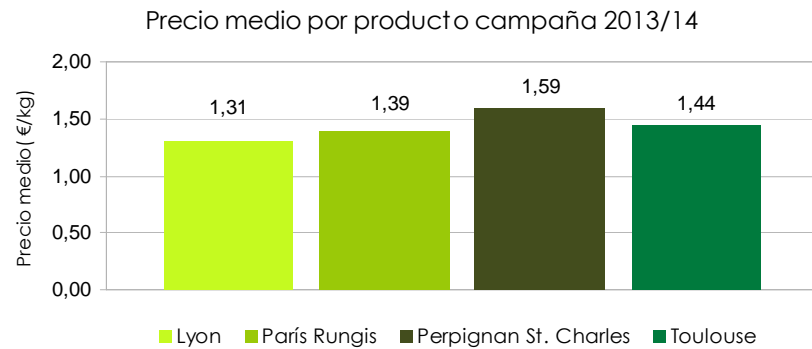
Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Londres	2,02	27	0,63	41
Milán	1,53	51	0,57	24



2.2. Tomate Cherry

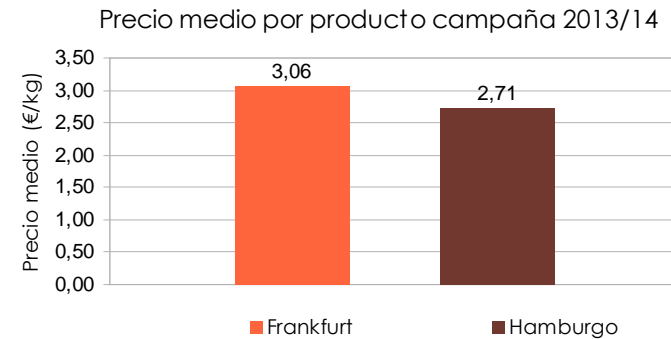
2.2.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Mercados franceses

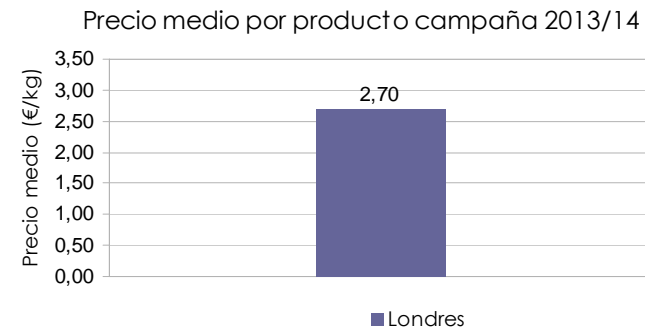


Precio medio de la
campaña: 1,85 €/kg

Mercados alemanes



Otros mercados europeos



El tomate cherry obtiene, por lo general, cotizaciones superiores a otros tipos de tomate.

Los **mercados alemanes** y el de **Londres** alcanzan cotizaciones medias por encima de la media del producto, destacando el de **Frankfurt** con **3,06 €/kg**.

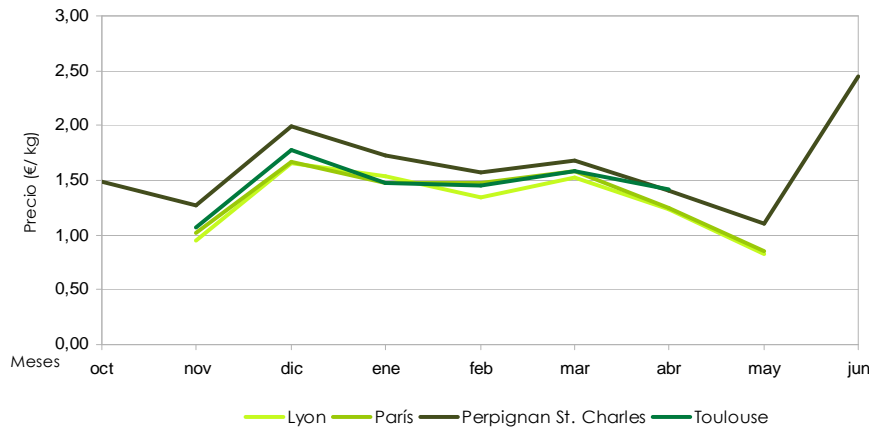
En el lado opuesto se encuentran los **mercados franceses** con precios medios por debajo de la media de la campaña. Dentro de estos mercados, el que registró un precio medio más alto fue Perpignan.

2.2 Tomate Cherry

2.2.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

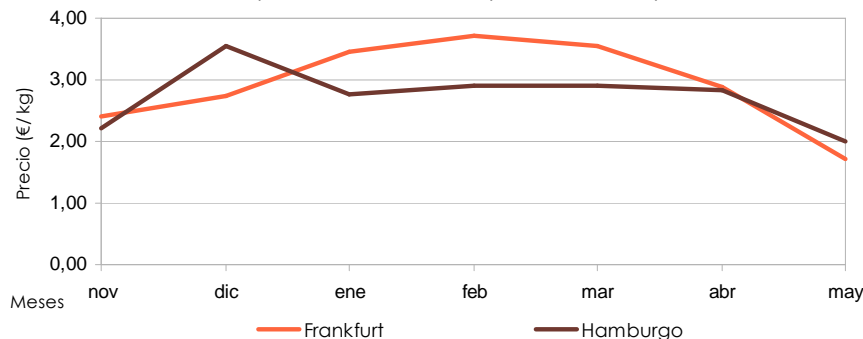
Mercados franceses

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Mercados alemanes

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Los **mercados franceses** se comportaron de manera similar entre ellos, aunque con Perpignan con un mayor número de semanas con cotizaciones, por lo que la campaña comenzó allí en octubre, un mes antes que en el resto de mercados, y finalizó en junio, un mes después que el resto.

El precio inicial y final fue muy parecido en todos ellos, salvo en Perpignan, que tras el cese de cotizaciones en el resto de mercados franceses, registró una subida de las cotizaciones muy pronunciada, lo que también sucedió en Londres (ver página siguiente)

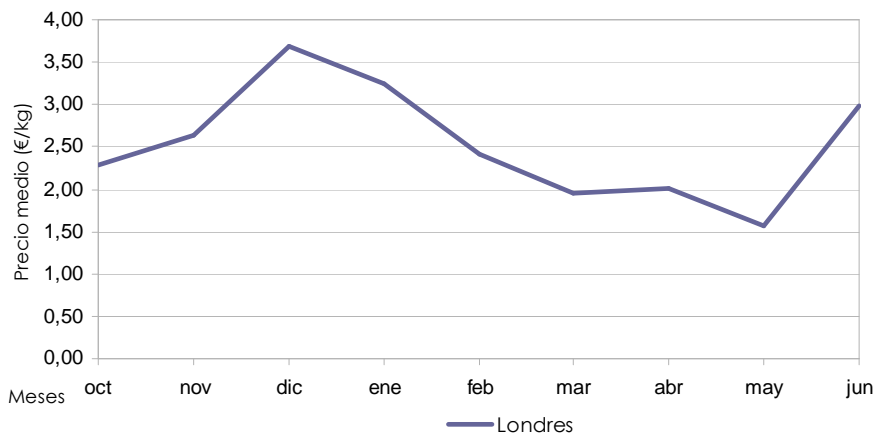
Los **mercados alemanes**, a pesar de alcanzar las mayores cotizaciones, no presentan continuidad en las primeras semanas de la campaña, pasando a registrar precios todas las semanas a partir del mes de enero. Dentro de estos mercados, el de Hamburgo se caracterizó por tener un comportamiento casi lineal buena parte de la campaña, mientras que la curva de cotizaciones de la campaña en Frankfurt fue de forma parabólica.

2.2 Tomate Cherry

2.2.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Otros mercados europeos

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	1,85	50	0,75	19
París	1,83	50	0,83	19
Perpignan	2,50	24	0,91	18
Toulouse	1,93	51	1,00	48
Londres	4,69	51	1,40	31
Frankfurt	4,13	7	1,62	20
Hamburgo	3,54	50	1,74	20

De los nueve mercados analizados, el mercado de **Londres** fue el que registró un mayor número de semanas con presencia de tomate cherry con origen España. La campaña comenzó con un precio de partida superior al medio del producto y siguió aumentando hasta alcanzar su punto más alto en el mes de diciembre. A partir de ese punto siguió con una caída, bastante pronunciada, hasta el mes de mayo, registrándose un precio inferior al medio del producto, para terminar con una fuerte subida y un precio final de campaña superior a los 3€.



3. PIMIENTO

Precios mercados internacionales.

Campaña 2013/14.



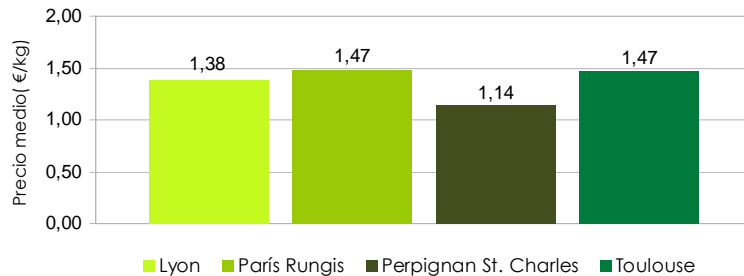
3. Pimiento

3.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Precio medio de la campaña: 1,41 €/kg

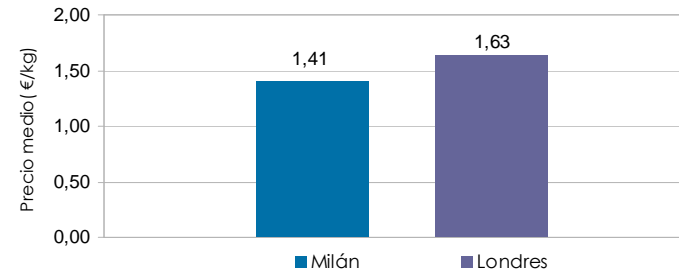
Mercados franceses

Precio medio por producto campaña 2013/14



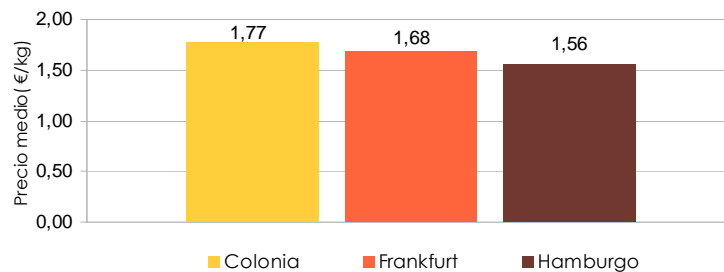
Otros mercados europeos

Precio medio por producto campaña 2013/14



Mercados alemanes

Precio medio por producto campaña 2013/14



En los **mercados franceses** no hubo grandes diferencias, salvo en **Perpignan** que alcanzó el precio **más bajo** de estos nueve mercados internacionales con **1,14 €/kg**. En los **mercados alemanes** el precio entre ellos fue muy similar. Todos estuvieron por encima de la media, alcanzando un **precio máximo** de **1,77 €/kg** en **Colonia**. Respecto a **otros mercados europeos**, Milán registró un precio igual a la media, con 1,41 €/kg y Londres por encima de la media con 1,63 €/kg.

3. Pimiento

3.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

El mercado de **Perpignan** fue el único que realizó distinciones por tipo de pimiento:

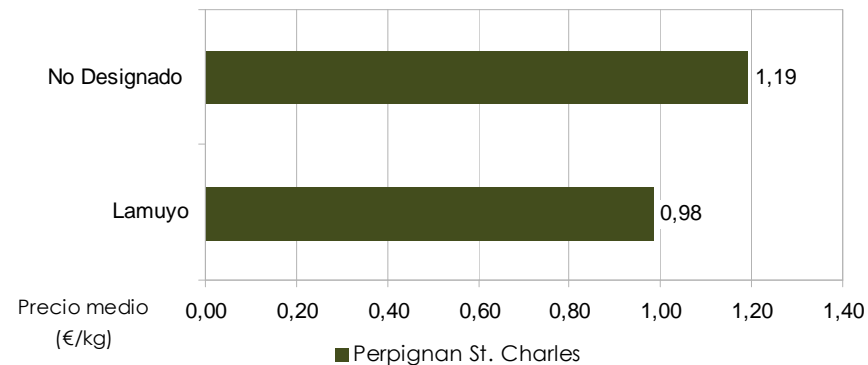
- Las cotizaciones registradas para el tipo **lamuyo** alcanzaron un precio medio de **0,98 €/kg** en la Campaña 2013/14.
- El resto de cotizaciones se realizaron sin especificar el tipo de producto.

El mercado de **Milán** comercializó todo el pimiento bajo el **tipo california**.

El **resto de mercados** comercializaron el pimiento sin clasificarlo por tipo por lo que su precio coincide con el del producto anteriormente expuesto.

Mercados franceses

Precio medio por tipo de producto



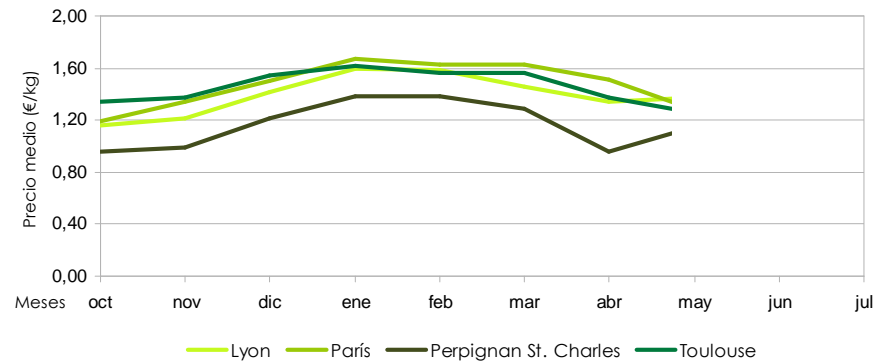
3. Pimiento

3.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Los **mercados franceses** registraron un **gran número de semanas con cotizaciones** de pimiento origen España, produciéndose un cese de las cotizaciones durante las semanas del periodo navideño. La evolución mensual de las cotizaciones en la campaña 2013/14 en todos los mercados franceses apunta una tendencia similar ascendente hasta el mes de enero. Posteriormente se produce un periodo de cotizaciones bastante lineales. A partir de ese momento el resto de la campaña se comporta con mayores oscilaciones: una bajada hasta el mes de abril o mayo, dependiendo del mercado, una subida en el mes de junio, para finalizar la campaña con una nueva bajada de las cotizaciones aunque a un precio superior al inicio de ésta.

Mercados franceses

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



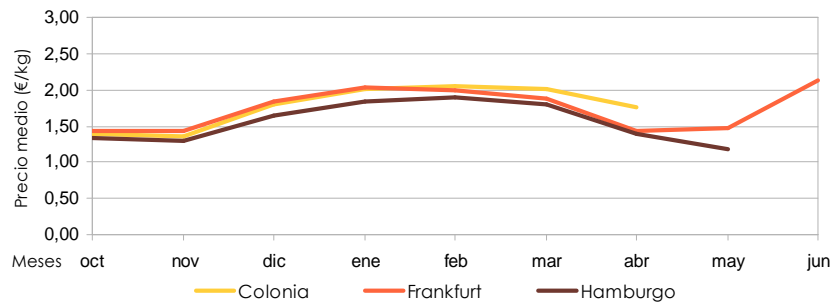
Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	1,85	26	1,08	44
París	1,76	15	1,08	18
Perpignan	1,61	26	0,79	18
Toulouse	1,85	28	1,20	45 y 20

3. Pimiento

3.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Mercados alemanes

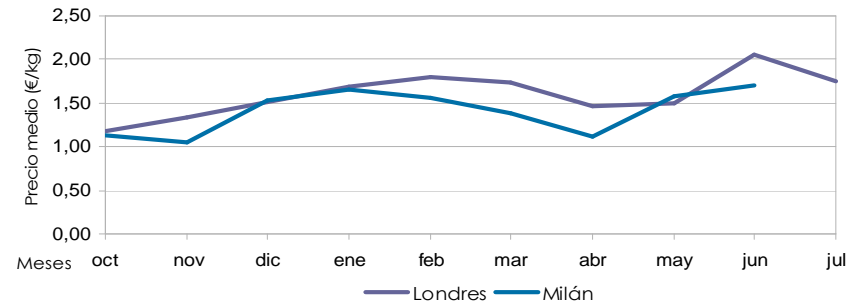
Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Colonia	2,17	8	1,14	17
Frankfurt	2,20	21	1,11	18
Hamburgo	2,00	9 y 10	1,03	18

Otros mercados europeos

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Londres	2,33	26	1,03	42
Milán	1,80	21	0,95	47

Los **mercados alemanes** se comportaron de manera análoga entre ellos. Las primeras semanas de la campaña registraron cotizaciones sin oscilaciones significativas para pasar a experimentar una curva de cotizaciones ascendente hasta el mes de marzo en el que comenzaron a decrecer las cotizaciones. El mercado de Colonia fue el primero en el cese de estas cotizaciones en el mes de abril, mientras que el mercado de Frankfurt fue el que finalizó más tarde y con las cotizaciones más altas de toda la campaña.

El **mercado de Milán** se caracterizó por presentar una campaña con oscilaciones, con un precio final superior al inicial de la campaña.

El mercado de **Londres** fue el que registró más semanas con cotizaciones de este producto, de los nueve mercados analizados. La primera mitad de la campaña tuvo una tendencia ascendente hasta febrero, pasando a experimentar oscilaciones, para terminar la campaña con un precio superior al inicio de ésta.

4. PEPINO

Precios mercados internacionales.

Campaña 2013/14.



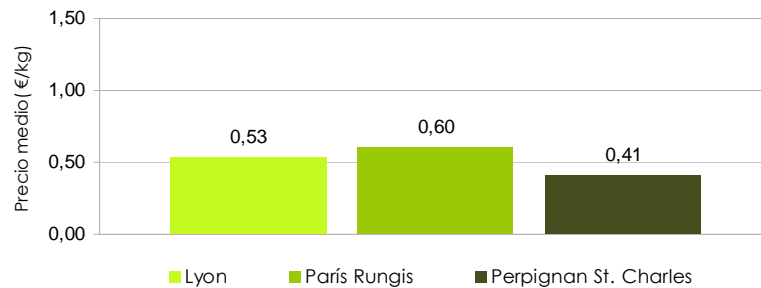
4. Pepino

4.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Precio medio de la campaña: 0,73 €/kg

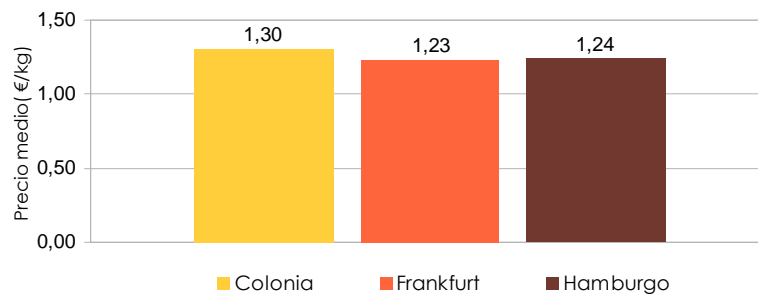
Mercados franceses

Precio medio por producto campaña 2013/14



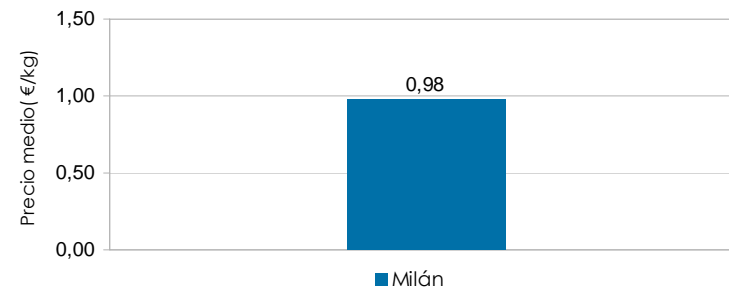
Mercados alemanes

Precio medio por producto campaña 2013/14



Otros mercados europeos

Precio medio por producto campaña 2013/14



Respecto a los **mercados franceses**, en todos ellos se registró un precio medio inferior a la media de la campaña 2013/14, siendo **Perpignan** el que registró un precio medio más bajo con **0,41 €/kg**.

Los **mercados alemanes** registraron unos precios medios de la campaña bastante más elevados que los franceses, llegando a triplicarlos en algunos casos. Destaca el mercado de **Hamburgo** con **1,52 €/kg**, siendo éste el mercado con el precio medio más alto de los analizados.

El mercado de **Milán** se situó en una posición intermedia entre los franceses y alemanes.

No se han realizado distinciones en las cotizaciones por tipo de producto.

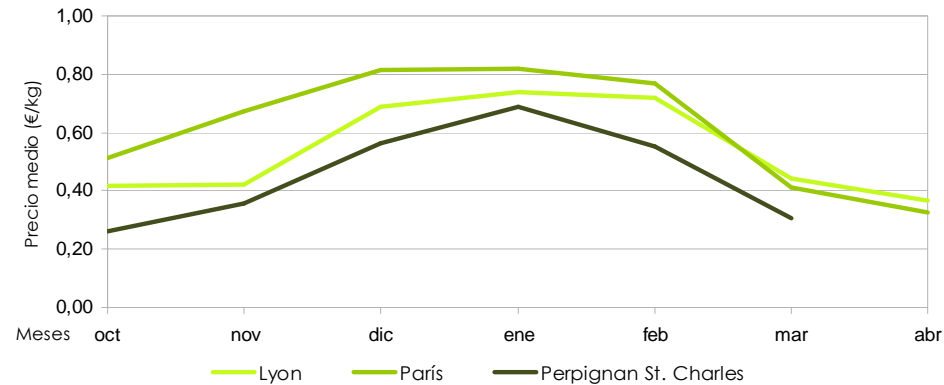
4. Pepino

4.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

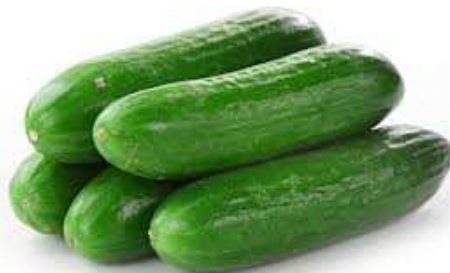
En los tres **mercados franceses** la **evolución** de los precios fue muy **similar**, con cotizaciones ascendentes hasta el mes de enero. A partir de este punto, cambió la tendencia para pasar a ser claramente descendente. El precio final de la campaña fue similar al inicial en los mercados de Lyon y Perpignan e inferior al inicial en el mercado de París.

Mercados franceses

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	0,81	6	0,32	18
París	0,93	44	0,30	14
Perpignan	0,69	5	0,19	40

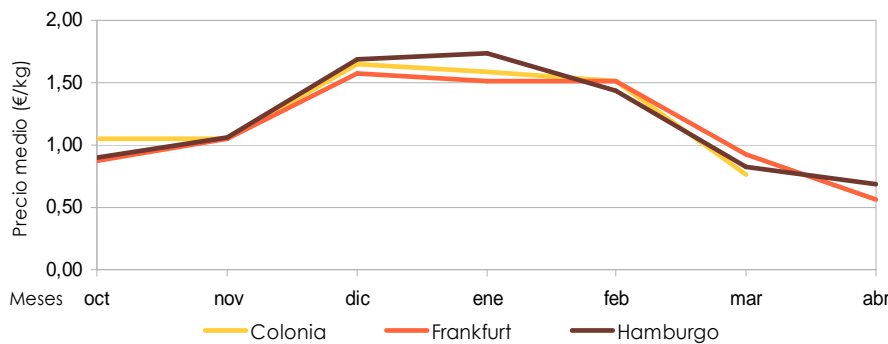


4. Pepino

4.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Mercados alemanes

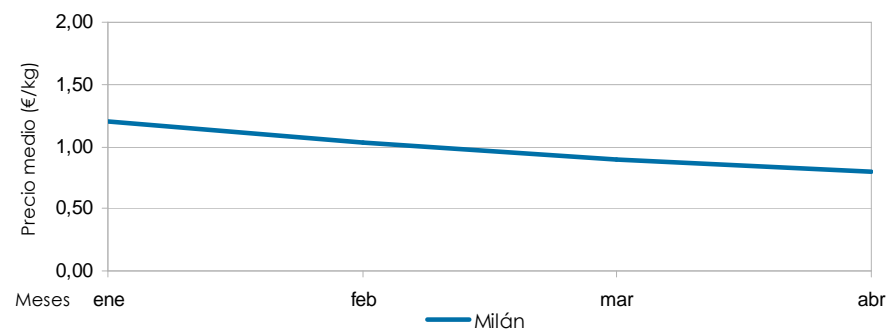
Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Colonia	1,79	6	0,64	14
Frankfurt	1,69	6	0,56	14
Hamburgo	1,81	5	0,64	13

Otros mercados europeos

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Milán	1,25	4	0,80	13 y 14

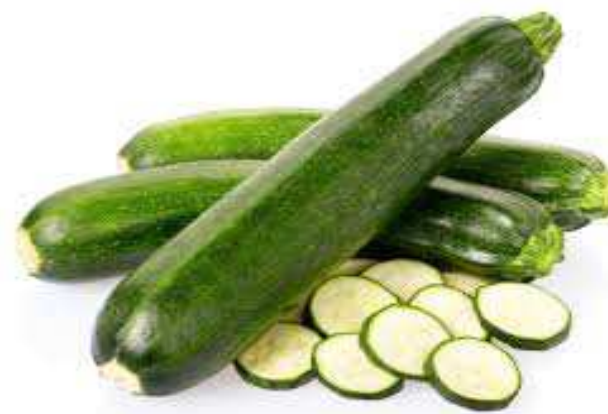
Los **mercados alemanes** tuvieron un comportamiento análogo a lo largo de esta campaña. El punto más alto se alcanzó entre los meses de diciembre y enero, para seguir con una tendencia descendente, más marcada los últimos meses de campaña. El fin de ésta fue con las cotizaciones más bajas.

El mercado de **Milán** registró sólo 11 semanas con cotizaciones de este producto, aunque sin interrupciones y todas ellas en la parte central de la campaña. La campaña partió desde el precio más alto, con una tendencia lineal decreciente, para finalizar con las cotizaciones más bajas.

5. CALABACÍN

Precios mercados internacionales.

Campaña 2013/14.

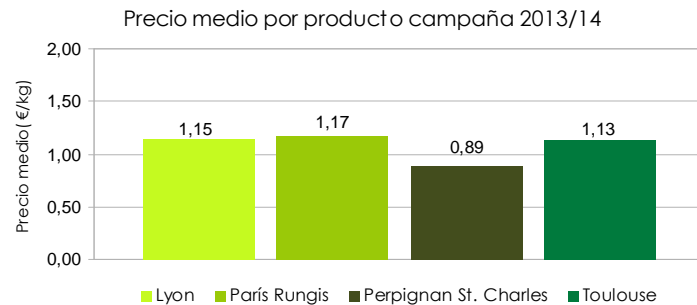


5. Calabacín

5.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Precio medio de la campaña: 1,14 €/kg

Mercados franceses

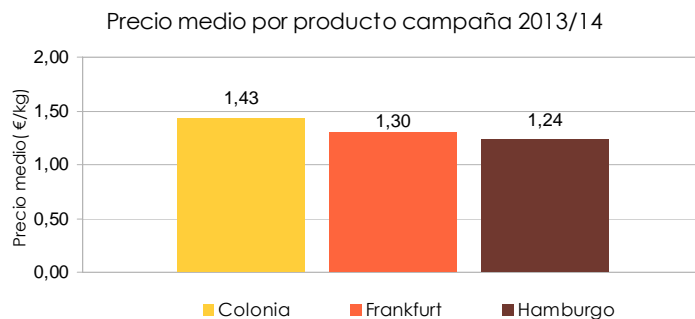


Respecto a los **mercados franceses**, el de **París** registra un dato ligeramente **superior a la media** de esta campaña. Destaca **Perpignan** por su **baja cotización**, con **0,89 €/kg**.

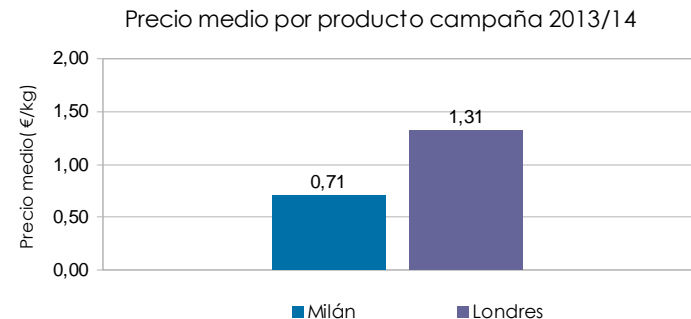
En relación a los **alemanes**, todos registran un precio medio por encima de la media de la campaña, destacando **Colonia** con el dato **más alto** de estos nueve mercados, con **1,43 €/kg**.

El mercado de Londres registra un precio medio superior a la media de la campaña y el mercado de **Milán** registra el **precio medio más bajo** de los nueve mercados analizados, con **0,71 €/kg**.

Mercados alemanes



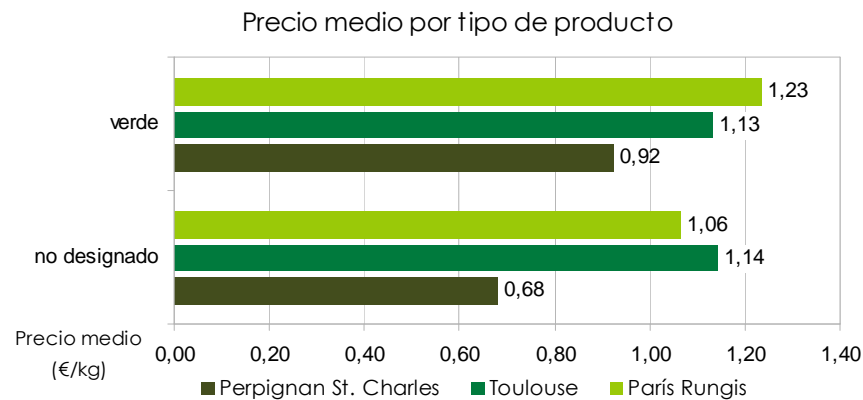
Otros mercados europeos



5. Calabacín

5.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

Mercados franceses



En la mayoría de los mercados sólo se comercializó un tipo de calabacín por lo que el precio del producto coincide con el tipo.

Solamente en tres de los mercados franceses hubo distinción de precios por tipo, alcanzándose, en general, un precio medio más elevado para el tipo verde, salvo en el mercado de Toulouse, en el que a penas hubo diferencia.

El mercado de **Milán y los franceses**, tal y como se ha indicado anteriormente, comercializaron calabacín clasificándolo bajo la denominación **tipo verde**.

El **resto de mercados** no realizaron clasificación en base al tipo por lo que todas las cotizaciones fueron bajo **no designado**.

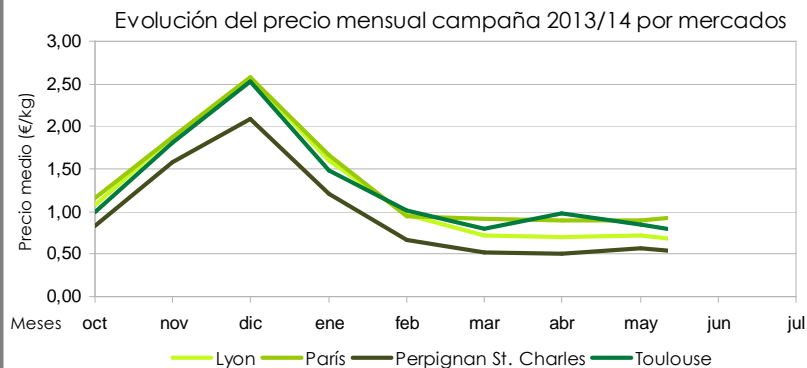
Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de calabacín (€/kg)

Tipo	Colonia	Frankfurt	Hamburgo	Lyon	París Rungis	Perpignan	Toulouse	Milán	Londres
No designado	1,43	1,30	1,24		1,06	0,68	1,14		1,31
Verde				1,15	1,23	0,92	1,13	0,71	

5. Calabacín

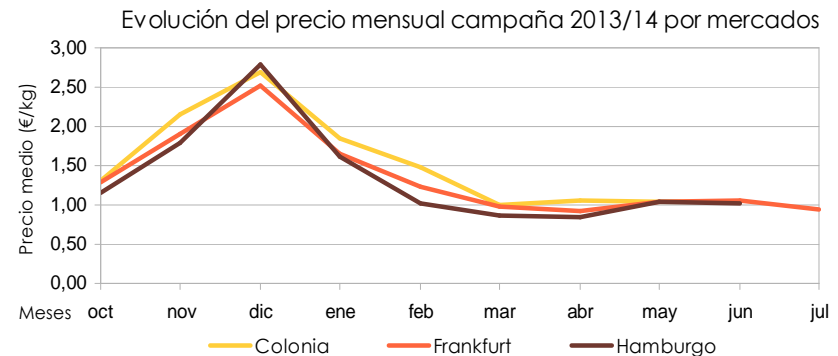
5.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Mercados franceses



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	2,78	50	0,55	24
París	2,83	50	0,75	41
Perpignan	2,25	50	0,40	27
Toulouse	2,65	50	0,60	28

Mercados alemanes



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Colonia	2,70	50	0,95	12
Frankfurt	2,60	48	0,90	16 y 17
Hamburgo	2,79	50	0,77	16

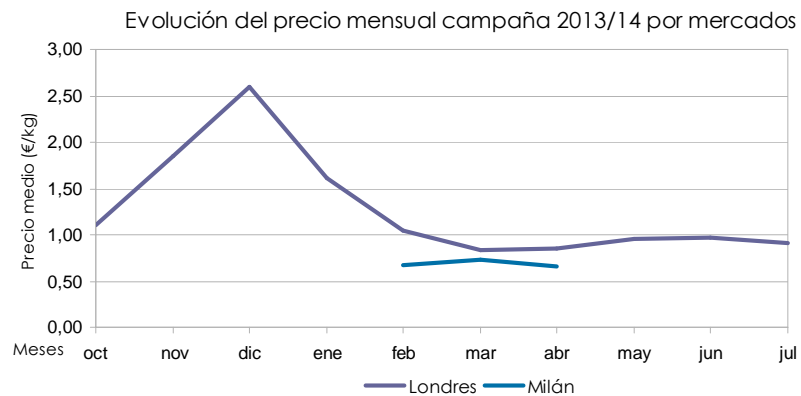
Tanto los **mercados franceses** como los **mercados alemanes** muestran un **comportamiento similar** en la curva de precios.

La evolución de las cotizaciones mensuales muestra una tendencia alcista, alcanzándose las cotizaciones más elevadas alrededor de la semana 50, destacando Hamburgo con **2,83 €/kg**. A partir de ese punto las cotizaciones van a la baja, al principio de manera más pronunciada y más adelante de forma más suave, con ligeras oscilaciones, terminando la campaña con un **precio final inferior al inicial**.

5. Calabacín

5.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Otros mercados europeos

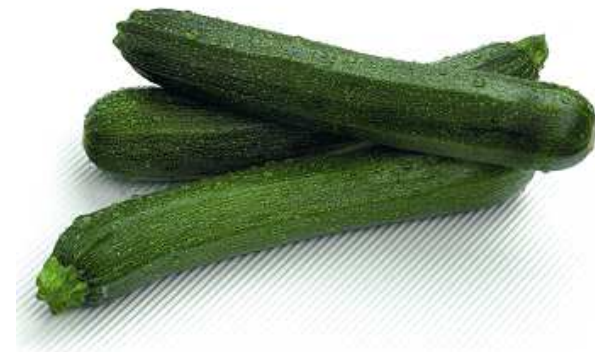


El mercado de **Londres** registró el mayor número de semanas con cotizaciones de calabacín origen España, con 48 semanas.

La evolución de las cotizaciones mensuales muestra una tendencia alcista muy pronunciada, alcanzándose las cotizaciones más elevadas en el mes de diciembre. A partir de ese punto se produce una fuerte bajada de las cotizaciones hasta el mes de marzo. El resto de la campaña no registró oscilaciones significativas. El precio inicial y final de la campaña fue similar.

Este producto sólo tuvo presencia en el mercado de **Milán** durante 7 semanas en la parte central de la campaña, sin oscilaciones significativas.

Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Londres	2,72	51	0,71	41
Milán	0,82	11 y 12	0,63	9 y 10



6. BERENJENA

Precios mercados internacionales.

Campaña 2013/14.

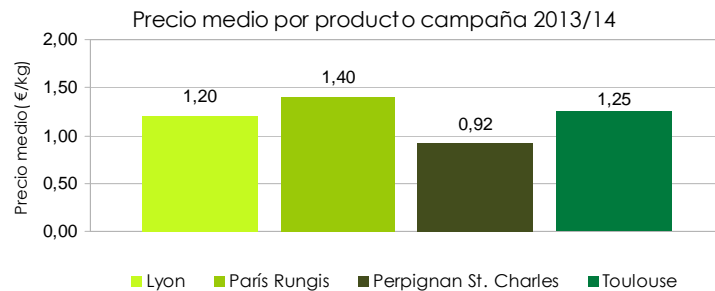


6. Berenjena

6.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Precio medio de la campaña: 1,22 €/kg

Mercados franceses

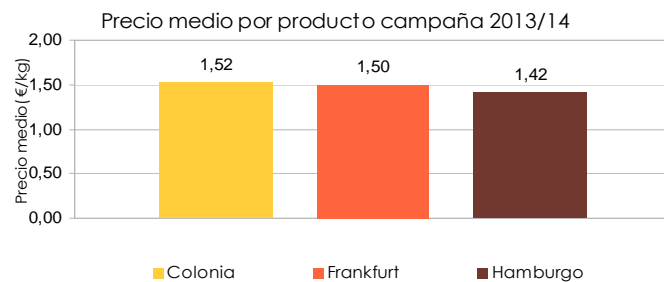


Los **mercados franceses** muestran un comportamiento similar al de otros productos hortícolas, con un precio medio más alto en el mercado de París y registrándose en **Perpignan** el **más bajo** de los nueve mercados analizados.

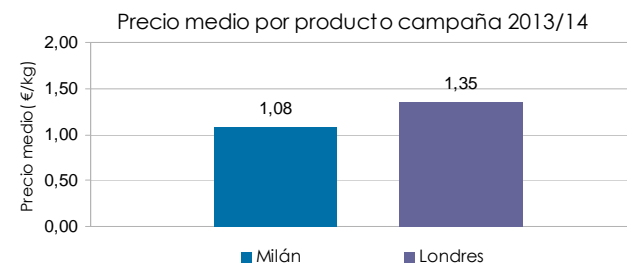
Los **mercados alemanes** registraron precios medios por encima de la media, destacando el mercado de **Colonia** con **1,52 €/kg**, siendo el **más alto** de estos nueve mercados.

Respecto a **otros mercados europeos** presentan el mismo comportamiento, con Milán con un precio medio inferior al de Londres.

Mercados alemanes



Otros mercados europeos



6. Berenjena

6.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

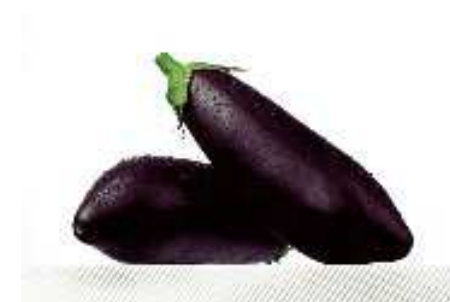
Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de berenjena (€/kg)

TIPO	Perpignan	París	Colonia	Frankfurt	Hamburgo	Londres	Lyon	Milan	Toulouse
NO DESIGNADO	0,92	1,40	1,52	1,50	1,42	1,35			1,25
LARGA REDONDA/ GLOBOSA							1,20		
								1,08	

Al igual que en la campaña pasada, en cada mercado solamente se comercializó un tipo, por lo que sus precios coinciden con los mostrados por producto.

Fundamentalmente, el producto se comercializó sin realizar distinción en base al tipo por lo que se indicaba como **no designado**.

El mercado de **Lyon** comercializó berenjena **tipo larga** y el de **Milán** berenjena **tipo redonda/globosa**, siendo esta última la que presenta un precio medio más bajo, salvo el no designado del mercado de Perpignan.

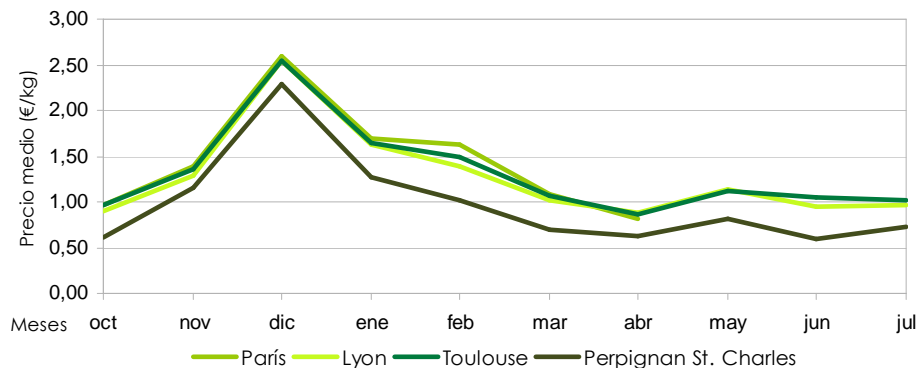


6. Berenjena

6.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Mercados franceses

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



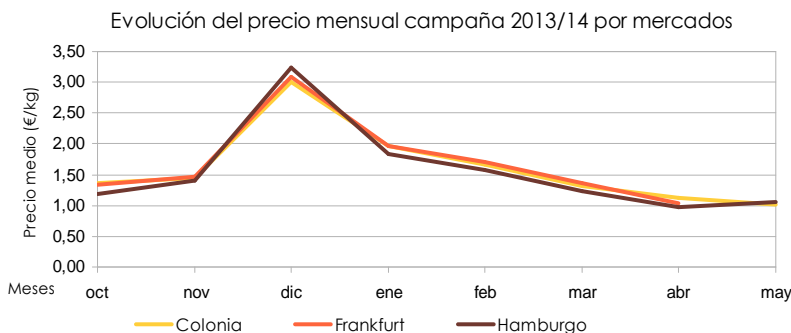
Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	2,75	50	0,75	24
París	2,68	50	0,82	14
Perpignan	2,48	50	0,50	24
Toulouse	2,73	50	0,80	15

Los **mercados franceses** muestran una **evolución similar** en sus cotizaciones, aunque el de Perpignan la muestre con un nivel de sus precios inferior. La campaña comenzó con una pronunciada subida en las cotizaciones hasta alcanzar el punto más alto en la semana 50. Posteriormente se produjo un descenso de ellas de manera pronunciada hasta alrededor del mes de marzo. A partir de ese momento, y hasta el final de campaña, se registraron cotizaciones con suaves oscilaciones, apreciándose un pequeño repunte en el mes de mayo. La mayoría de los mercados tuvieron cotizaciones hasta el final de la campaña, salvo el mercado de París, que cesó sus cotizaciones en el mes de abril. La campaña finalizó con un precio ligeramente superior al inicial.

6. Berenjena

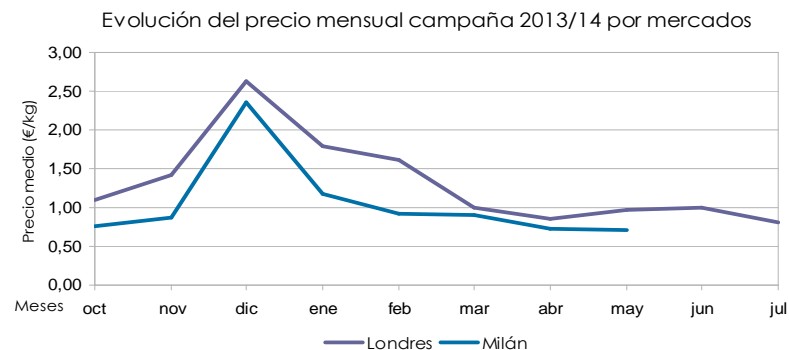
6.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

Mercados alemanes



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Colonia	3,01	50	0,98	19
Frankfurt	3,08	50	0,94	18
Hamburg	3,25	50	0,94	14

Otros mercados europeos



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Londres	3,14	50	0,73	18
Milán	2,57	50	0,65	21

El comportamiento de la curva mensual de precios en los **mercados alemanes** y en **Londres y Milán** fue **similar** al comentado anteriormente para los **mercados franceses**. La campaña comienza con unas cotizaciones ascendentes, alcanzado su máximo en la semana 50, superándose en casi todos los mercados los 3€. A continuación se produce una bajada de las cotizaciones, de forma más marcada al principio, para continuar de forma más suave y terminar con un precio ligeramente inferior al inicial de la campaña.

7. JUDÍA VERDE

Precios mercados internacionales.

Campaña 2013/14.



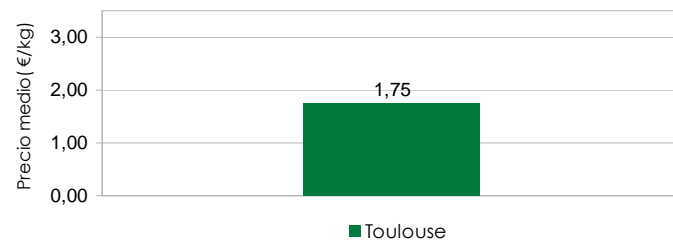
7. Judía verde

7.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Precio medio de la campaña: 2,37 €/kg

Mercados franceses

Precio medio por producto campaña 2013/14



Respecto a los **mercados franceses**, sólo el de Toulouse mostró cotizaciones de judía verde, y únicamente durante 5 semanas, obteniendo un precio medio inferior a la media del producto, y el más bajo de los mercados analizados.

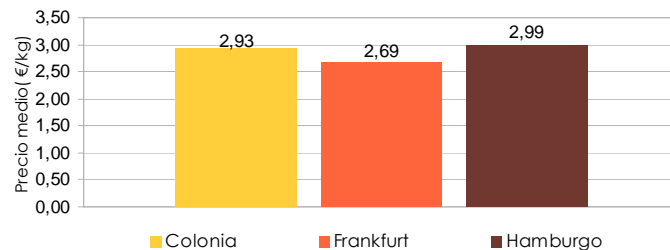
El mercado de **Hamburgo** fue el que registró un precio medio más alto con **2,99 €/kg**.

El mercado de **Londres** registró un precio medio intermedio entre los mercados alemanes y el francés.

Toda la judía verde comercializada en estos mercados fue **tipo plana**.

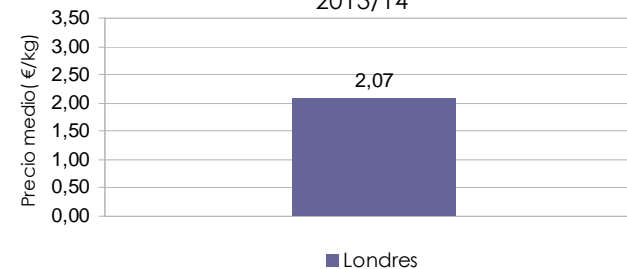
Mercados alemanes

Precio medio por producto campaña 2013/14



Otros mercados europeos

Precio medio por producto campaña 2013/14



7. Judía verde

7.c. Evolución de los precios medios semanales más frecuentes en los principales mercados por producto

La judía verde con origen España tuvo muy **poca presencia** esta campaña en los mercados analizados.

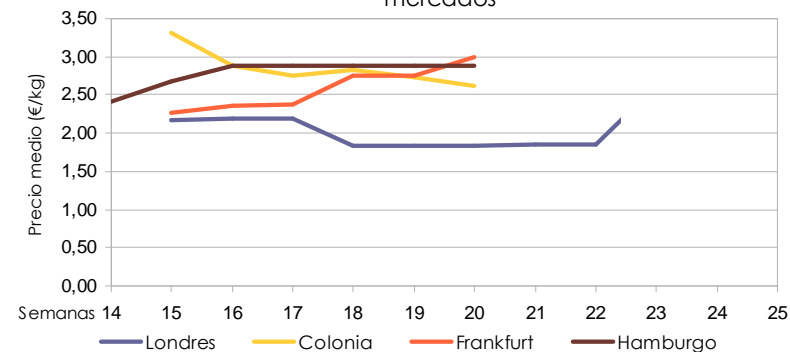
Los mercados alemanes y el de Londres son los que tuvieron algo más de presencia de este producto variando entre 10 y 15 semanas, dependiendo del mercado.

En los mercados alemanes se concentraron estas cotizaciones en dos periodos: al principio de la campaña, entre cuatro y cinco semanas, con los precios más elevados, para volver a registrar cotizaciones de este producto a partir del mes de abril. En este segundo periodo se incorpora el mercado de Londres, periodo que se representa en este gráfico. La campaña finalizó con un precio similar al comienzo.



Mercados europeos

Evolución del precio semanal campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Londres	2,66	24	1,83	18
Colonia	3,32	15	2,62	20
Frankfurt	3,13	45 y 6	2,19	24 y 25
Hamburgo	3,50	44-46	2,41	14

8. MELÓN

Precios mercados internacionales.

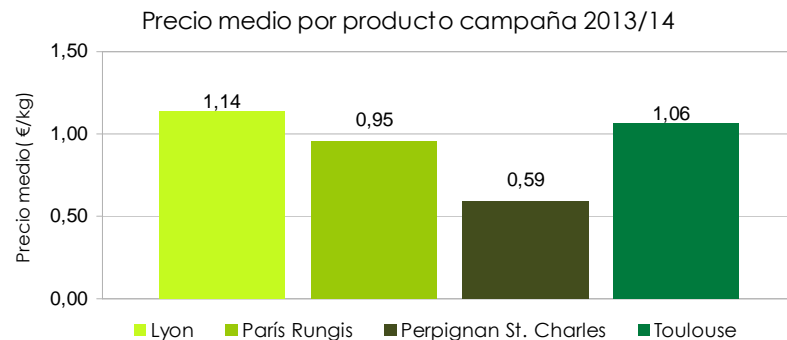
Campaña 2013/14.



8. Melón

8.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Mercados franceses



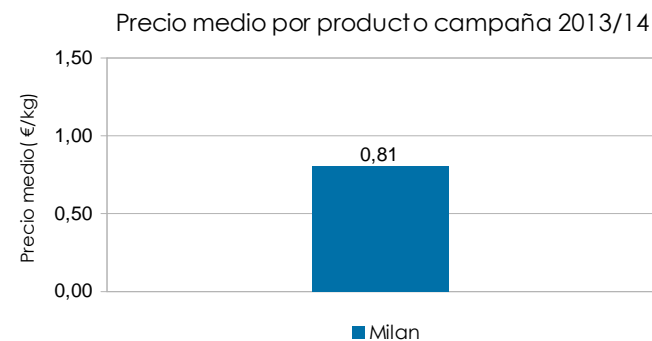
Precio medio de la campaña: 0,89 €/kg

En base a los datos que se manejan, el precio medio **más alto** lo registró el mercado de **Lyon** con **1,14 €/kg**.

En el lado contrario se encuentra el mercado de **Perpignan** con el precio medio **más bajo** de los mercados analizados con **0,59 €/kg**.

Al igual de los que ocurre en otros productos hortícolas, el mercado de Milán registró uno de los precios medios más bajos de la campaña, sólo por delante de **Perpignan**.

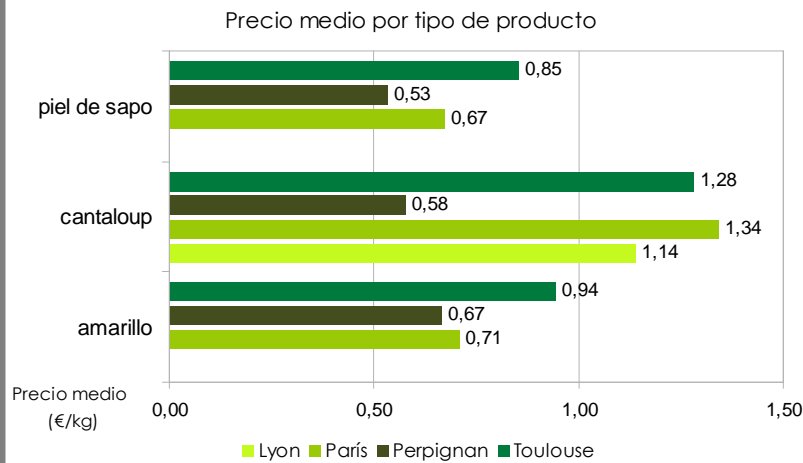
Otros mercados europeos



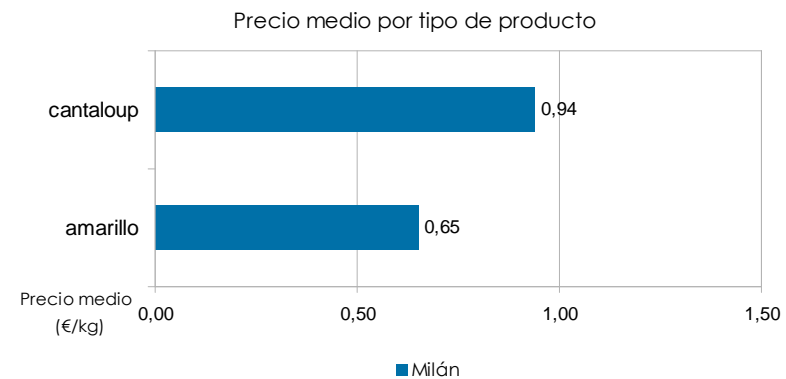
8. Melón

8.b. Precio medio más frecuente en los principales mercados por tipo de producto

Mercados franceses



Otros mercados europeos



Respecto a los **mercados franceses**, el melón **tipo cantaloup** es el que presenta **mayores cotizaciones** en todos estos mercados, salvo en el mercado de Perpignan, donde destaca el bajo precio medio alcanzado allí, pasando a ser el tipo amarillo el que alcanzó cotizaciones más altas.

En términos generales, después del tipo cantaloup, registra las mayores cotizaciones el tipo amarillo y finalmente el que registra un **precio medio más bajo** es el **tipo piel de sapo**.

De los mercados franceses, el de Perpignan tuvo las cotizaciones más bajas para todos los tipos comercializados.

En el mercado de **Milán** se comercializó melón tipo cantaloup y tipo amarillo, siendo el tipo cantaloup el que obtuvo un precio medio más alto de los dos.

8. Melón

8.c. Evolución de los precios medios mensuales más frecuentes en los principales mercados por producto

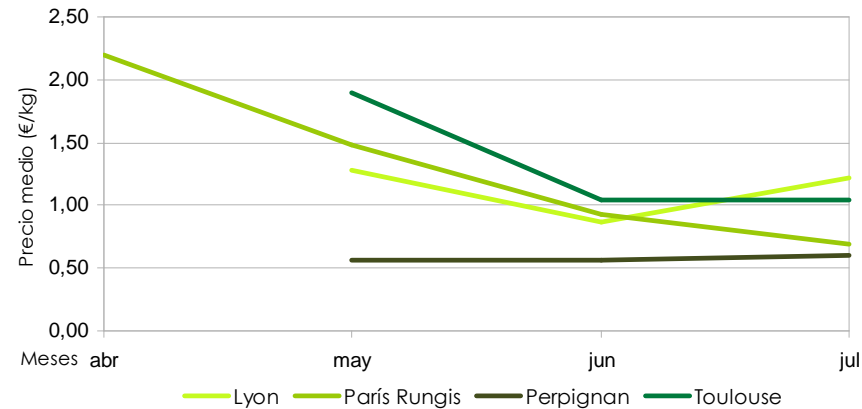
El mercado de **París** fue el primero en registrar cotizaciones, comenzando en el mes de **abril**. Partió de un precio muy elevado, con una curva de evolución del precio mensual, con un marcado carácter descendente hasta terminar la campaña con uno de los precios más bajos de estos mercados analizados.

El **resto** de mercados comenzaron a registrar cotizaciones en **mayo**, siendo las de Perpignan siempre inferiores a la media.

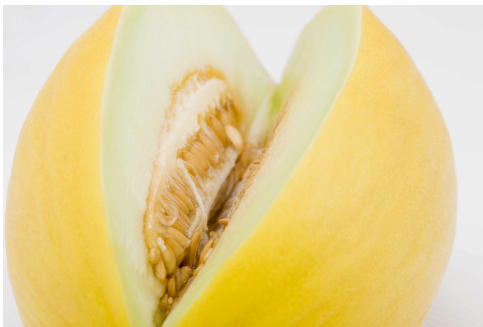
Las cotizaciones de los mercados de Lyon y Toulouse fueron, en su mayor parte, superiores a la media del producto para esta campaña.

Mercados franceses

Evolución del precio mensual campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	1,50	20	0,63	22
París	2,20	18	0,60	27 y 28
Perpignan	0,69	28	0,47	27
Toulouse	1,90	21	0,97	28



9. SANDÍA

Precios mercados internacionales.

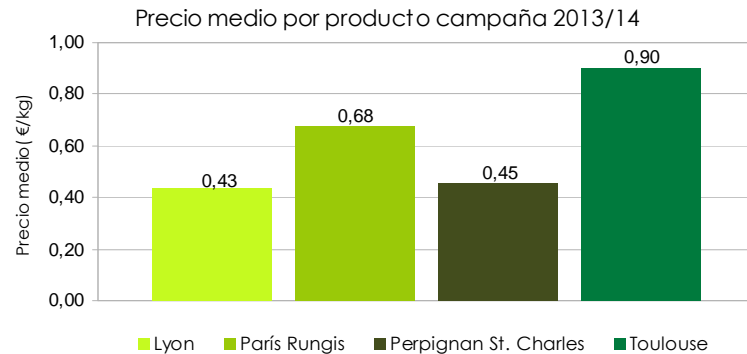
Campaña 2013/14.



9. Sandía

9.a. Precio medio más frecuente en los principales mercados por producto

Mercados franceses



**Precio medio de la
campaña: 0,55 €/kg**

En base a los datos que se manejan, los **mercados franceses** son los que registraron una mayor continuidad en las cotizaciones de sandía, siendo muy dispares entre ellos.

El mercado de **Milán** también tuvo presencia de sandía con origen España aunque solamente durante 3 semanas, con un precio medio de **0,70€/kg**.

Destaca **Toulouse** con el precio medio más **elevado** de los mercados analizados, con **0,90 €/kg**.

Los mercados de Lyon y Perpignan registran unos precios medios similares e inferiores a la media de la campaña.

Toda la sandía comercializada en estos mercados figuraba bajo el **tipo no designado**.



9. Sandía

9.c. Evolución de los precios medios semanales más frecuentes en los principales mercados por producto

El comienzo de la campaña partió, en el mes de **abril**, de un precio muy elevado en el mercado de **París**, y bastante más bajo en el mercado de **Perpignan**.

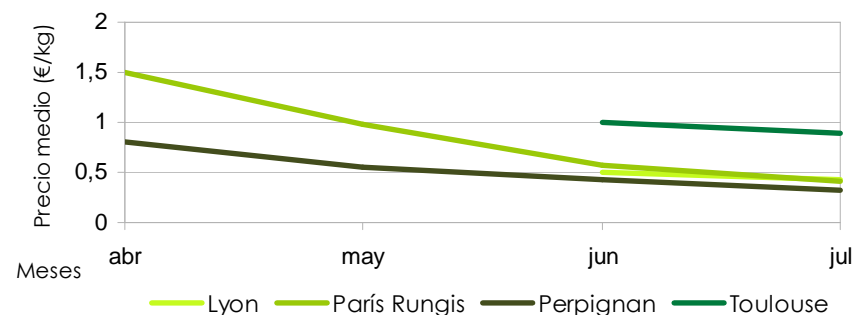
Las cotizaciones fueron decreciendo y en el mes de **junio** se incorporó este producto al mercado de **Toulouse y Lyon**.

A partir de esa semana, las cotizaciones siguen decreciendo, aunque de manera más suave incluso, en algunos casos, repitiéndose cotizaciones durante diferentes semanas.

A pesar de que la evolución de las cotizaciones es similar en todos estos mercados, Toulouse es el que presenta un precio más elevado y Perpignan el más bajo.

Mercados franceses

Evolución del precio semanal campaña 2013/14 por mercados



Mercado	Cotización máxima		Cotización mínima	
	Precio (€/kg)	Semana	Precio (€/kg)	Semana
Lyon	0,50	26	0,36	29
París	1,47	18	0,40	28 y 29
Perpignan	0,76	18	0,28	28
Toulouse	1,00	26	0,84	31



10. Síntesis de la campaña

En base a los datos recopilados y al comportamiento de los distintos productos hortícolas protegidos de origen España en los nueve mercados analizados, se pueden obtener las siguientes conclusiones:

✓Comparando con los datos del informe del año anterior (disponible en <http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/observatorio>) , todos los productos estudiados, salvo el tomate, han sufrido una bajada en el precio medio de la campaña respecto a la campaña anterior. Esta bajada ha sido más pronunciada en el melón, con una caída del precio del 39% y en berenjena y sandía, con alrededor del 20%.

✓En contraposición a esta caída de precios medios, se ha aumentado la presencia de estos productos, tanto en número de semanas con cotizaciones, como en nuevos mercados.

✓Entrando a analizar las características de los productos, se puede concluir, que no se suelen realizar las ventas distinguiendo por tipos. En términos generales, el tipo comercializado suele ser **no designado** o se comercializa un sólo tipo de producto.

✓El tomate, tanto tipo cherry como otros, pimiento, pepino, calabacín y berenjena se comportan de manera similar, con presencia en prácticamente todos los mercados analizados.

✓La judía verde tiene un comportamiento diferente a cualquier otro producto, con una mayor presencia en los mercados alemanes que en los franceses.



10. Síntesis de la campaña

- ✓ El melón y la sandía prácticamente sólo tienen presencia en los mercados franceses. Por otro lado, difieren en que el melón tiene presencia durante más semanas en todos estos mercados y realiza clasificación por tipo, distinción que no se ha producido en la sandía esta campaña.
- ✓ Entre los **mercados franceses** analizados existe una discrepancia en su comportamiento. De éstos destaca **Perpignan** con las cotizaciones más **bajas**, al igual que ocurría en la campaña pasada. Esto puede ser debido a que a este mercado se destinan, fundamentalmente, unos productos de calidad clasificada como primera más que extra, mientras que al resto de mercados se destina más calidad extra que primera. Respecto a la presencia de estos productos con origen España, los mercados franceses son los que tuvieron un mayor número de cotizaciones, salvo en la judía verde, donde en esta campaña, hubo poca presencia de este producto.
- ✓ En relación a los **mercados alemanes**, éstos han tenido los **precios** medios más **altos** de todos los mercados analizados, aunque tienen una menor continuidad en sus cotizaciones, a pesar de que el número de semanas con presencia de estos productos en ellos, ha aumentado esta campaña.
- ✓ En términos generales, los tres mercados alemanes estudiados presentan una **misma tendencia entre ellos** a nivel de productos comercializados, precios medios y número de semanas con cotizaciones.
- ✓ Respecto a otros mercados europeos, El mercado de **Londres** suele ser el que presenta **precios** medios más frecuentes más **elevados**, además de un mayor número de semanas con cotizaciones.
- ✓ El mercado de **Milán** suele ser el que presenta **precios más bajos**, además de una menor presencia de estos productos.



Precios en los mercados mayoristas internacionales Hortícolas Protegidos Campaña 2013/14



Observatorio de precios y mercados

Julio 2015