



Evaluación de la Campaña de Fresa Huelva 2014/15

Observatorio de Precios y Mercados





RESUMEN

La presencia de las fresas de Huelva en los mercados europeos se inició en **diciembre** con pequeños cantidades dado el momento de la campaña. El inicio de la campaña transcurrió sin incidencias y con niveles de precios en origen algo mejores que los de la campaña anterior, acercándose a las cotizaciones de esas mismas fechas de la campaña 2011/12.

Las condiciones ambientales de principios de campaña favorecieron el desarrollo de las plantas de variedades como Sabrina, Fortuna o Splendor, que producen fruta que colorea a pesar de la poca luz. El frío de mediados de diciembre vino a frenar la producción en cierta medida, lo que no fue perjudicial, pues evitó que la producción fuera demasiado cuantiosa para la fecha, lo que podría haber incidido negativamente en los precios. Posteriormente, los días festivos del período navideño dificultaron la fluidez en la salida de la mercancía, al encontrarse cerrados los mercados entre semana, sin embargo, las cotizaciones fueron aceptables.

Las condiciones climatológicas en **enero** fueron favorables, ya que las bajas temperaturas restringieron los problemas fitosanitarios y apenas llovió. En consecuencia, la fresa recolectada mostraba buen tamaño, color y sabor. La campaña prosiguió con mejores precios que la campaña anterior y volúmenes similares, a pesar de haberse reducido la superficie cultivada. Ello se debió en parte a la buena evolución de las variedades tempranas, cuya implantación se generaliza cada vez más, destacando el avance de la variedad Fortuna en detrimento de otras variedades de fruta más delicada y menos productivas. Fortuna ha sido la variedad más cultivada, seguida de Sabrina y Splendor, si bien esta última ha retrocedido de manera muy significativa. Sabrina también ha retrocedido, aunque en menor medida, por no haber tenido el éxito esperado en el mercado inglés. Primoris y San Andreas, sin embargo, avanzan, mientras que Candonga se mantiene. Estos cambios varietales obedecen al intento de evitar picos de producción en la cola de la campaña, adelantando la producción en la medida de lo posible.

En **febrero** el frío supuso un freno para la producción de fresa que continuó teniendo fácil salida a los mercados debido a que la fruta presentaba muy buena calidad y a que el volumen recolectado estaba por debajo de lo que el mercado demandaba. La menor oferta de fruta, unido a la buena calidad obtenida, mantuvo los precios en origen en buenos niveles hasta bien entrado marzo.

En **marzo** las temperaturas medias registraron un aumento significativo y también la humedad relativa, impulsando una mayor producción ya que las plantas fueron alcanzando la plena producción. Este aumento de producción justo cuando los mercados han estado cerrados por los días festivos de la Semana Santa motivó la bajada de precios en dicha semana.



RESUMEN

En la segunda semana de **abril** (semana 15) se produjo el pico productivo más alto de la campaña. El exceso de oferta en este mes, se tradujo en que los precios alcanzaran su nivel mínimo a mediados de mes, momento en el que se comenzó con el abandono de parcelas cultivadas con variedades tempranas, ya que las plantas de estas variedades mostraban síntomas de agotamiento. Como contrapartida a la caída progresiva de la producción, se produjo un alivio en los precios, que invirtieron la tendencia y repuntaron a partir de la última semana de abril.

A lo largo del mes de **mayo** se produjo la derivación de mano de obra a la recolección de otros frutos a los que quedaba más recorrido que a la fresa, continuando con el descenso paulatino de la producción de fresa. El calor precipitó el fin de la campaña dado que las altas temperaturas afectan a la calidad. En la 2ª quincena de mayo y junio se ha continuado con la recogida de la fresa, en su mayor parte con destino a industria.

Respecto a la **fresa que se ha destinada a industria**, la proporción respecto a la producción total se mantiene en los rangos habituales, en torno al 20%.

En general la campaña para la fresa de industria ha sido complicada en calidad, debido a que las variedades precoces que dominan el sector fresero onubense no son idóneas para la industria, ya que en los primeros meses de la campaña la fruta permanece de color blanco en su interior, lo que la invalida para uso industrial. Y cuando la fruta de estas variedades precoces logran alcanzar un buen color y nivel de grados Brix, la campaña de la fresa para consumo en fresco está a punto de finalizar y muchos productores deciden retirar el cultivo.

Aunque inicialmente la industria transformadora consultada preveía recepcionar menos cantidad que en la campaña anterior, finalmente no ha sucedido así. Parte de la industria transformadora ha recurrido a alargar la campaña de procesado (empezando antes y acabando después) e incluso se ha recurrido a elevar en junio el precio de la fresa con destino a industria para fomentar la continuación del cultivo por parte de algunos productores. Buena parte de la fresa destinada a industria ha sido fruta apta para consumo en fresco a la que se ha dado uso industrial.

En cuanto al precio de la fresa de industria en esta campaña se estima que el más frecuente está siendo 0,22 €/kg, aunque lógicamente ha tenido fuertes oscilaciones según el momento de la campaña.

Índice

1. Notas metodológicas
2. Superficie y producción
3. Distribución varietal
4. Distribución de la producción comercializada
5. Precios de fresa en origen
 - 5.1. Precios medios semanales
 - 5.2. Precios medios mensuales
 - 5.3. Precios medios de campaña
 - 5.4. Precios medios de campaña según variedades
6. Comercio exterior
 - 6.1. Volumen y valor de las exportaciones
 - 6.2. Distribución mensual del valor de las exportaciones
 - 6.3. Precios en mercados mayoristas internacionales
 - 6.4. Principales socios comerciales
7. Conclusiones



1. Notas metodológicas

Observatorio de Precios y Mercados

Los **precios en origen** 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 y Pesca

<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. 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 variedades en la ponderación.

Los precios presentados se expresan en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por kilo (€/kg).

Los precios mostrados se obtienen ponderando los precios que aportan seis empresas comercializadoras de la provincia de Huelva. La superficie ocupada por las explotaciones asociadas a dichas comercializadoras ocupa alrededor del 12% de la superficie del sector fresero.

Los **precios en mercados mayoristas europeos** presentados en este boletín son extraídos de el Ministerio Federal de Agricultura y Alimentación de Alemania y del Ministerio de Economía y Competitividad de España.

Estos precios aportan información del precio semanal en euros/kg de la fresa española comercializada en los principales mercados europeos. Los precios en Alemania se corresponden con precios de fresa de origen español, ponderados según los distintos mercados alemanes y sin distinguir ningún tipo de envase. Los precios de Londres y París se corresponden con precios de fresa procedente de España en el formato más común, la barqueta de 250 g.

2. Superficie y producción

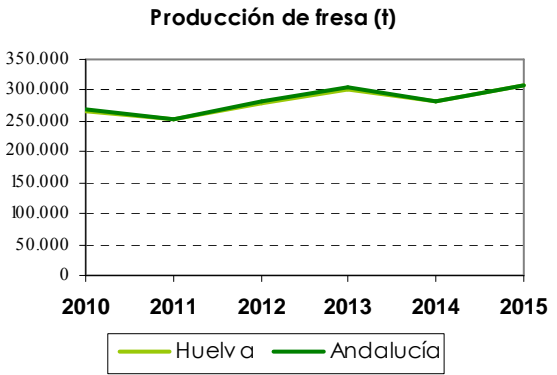
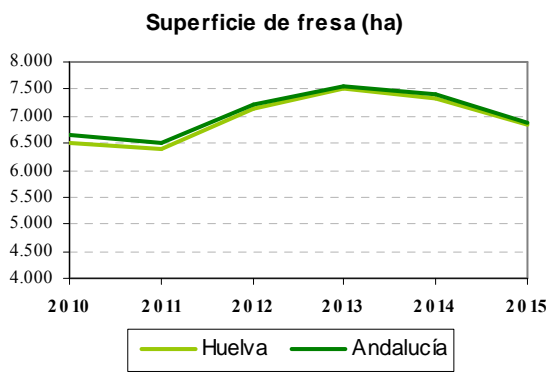
Según datos publicados por la CAPDER en el Avance de superficie y producción del mes de junio de 2015, la superficie de fresa en la provincia de Huelva ha descendido casi un 6,7% en relación al año pasado y un 6,8% respecto a la media de los tres años anteriores, tras alcanzar un máximo en 2013 de 7.515 ha. El descenso acumulado de la superficie en las dos últimas campañas ha sido de un 9%.

En cuanto a la producción de esta última campaña 2014/15, se ha estimado que es un 9,3% superior respecto al año anterior y un 6,8% mayor que la producción media de las tres anteriores campañas.

Según las comercializadoras colaboradoras del Observatorio la contracción en superficie del cultivo se debe a los bajos precios obtenidos en las dos campañas anteriores, lo que ha motivado a los productores para diversificar la producción de sus parcelas con otras frutas en detrimento de la fresa, sobre todo con frambuesa y arándano.

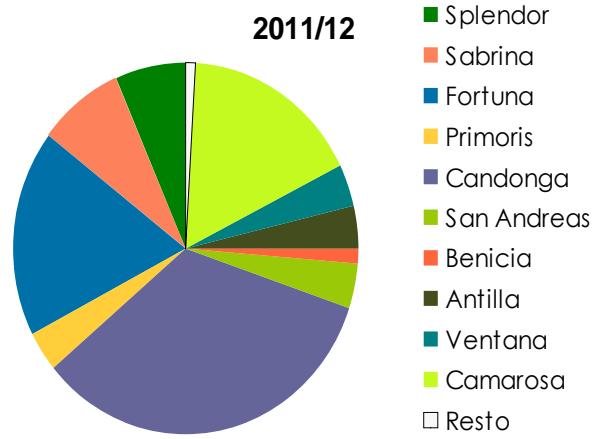
		Superficie de fresa (ha)				Variac. 2015-media 2012-14
		2012	2013	2014	2015	
Huelva		7.150	7.515	7.330	6.835	-6,8%
	Andalucía	7.226	7.567	7.384	6.884	

		Producción de fresa (t)				Variac. 2015-media 2012-14
		2012	2013	2014	2015	
Huelva		280.000	302.328	281.398	307.575	6,8%
	Andalucía	281.631	303.217	282.491	308.470	



Fuente: CAPDER (Avances de superficies y producciones del mes de agosto)

3. Evolución de la distribución varietal de fresa en el periodo 2012/13 – 2014/15

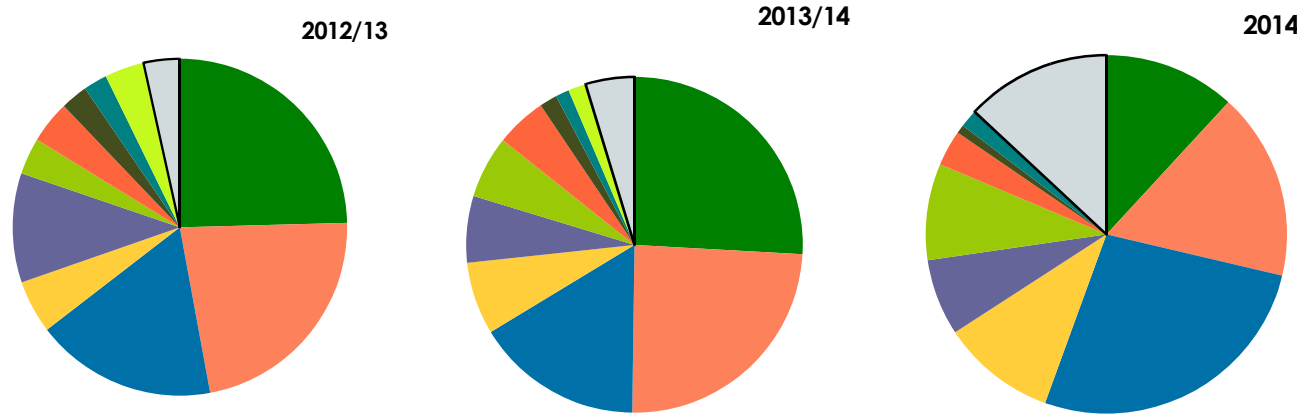


El cambio varietal de la fresa de Huelva es fruto de la necesidad de adaptarse a la demanda requerida en los mercados internacionales, donde esta fruta se enfrenta a la competencia de fresa de diversos orígenes. Frente a esta competencia, la calidad juega un papel muy importante, obligando a buscar frutos que reúnan al mismo tiempo buen sabor, ausencia de deformaciones, dureza adecuada para soportar el transporte y vida post-cosecha suficientemente larga, con el fin de que la fruta llegue en buenas condiciones a su destino.

Otra de las razones de que se produzcan estos cambios obedece a que el sector trate de obtener un equilibrio varietal que suavice los picos de producción en la cola de la campaña, adelantando la producción en la medida de lo posible mediante un mayor uso de variedades tempranas.

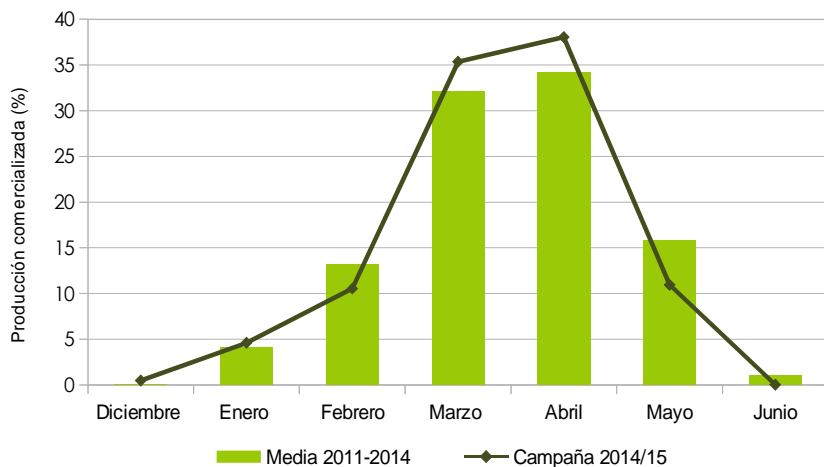
La investigación de nuevas variedades que se incorporan a la distribución varietal va en aumento. En esta última campaña ha tenido una fuerte entrada la variedad Rábida y otras como Sáhara, Safari o Merced, están siendo puestas a prueba.

Fuente: Observatorio de Precios (2013). "Cambio varietal en la fresa de Huelva. Campañas 2011/12 y 2012/13" (Informe Técnico)

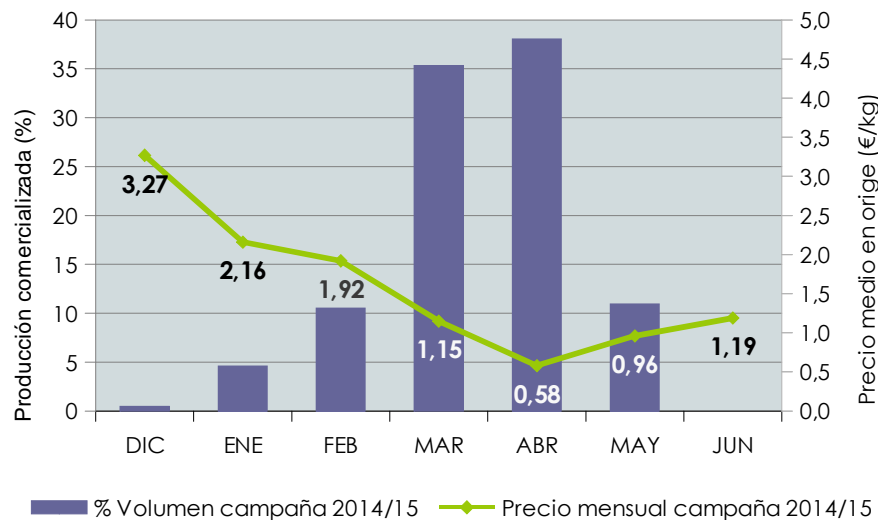


Fuente: IFAPA (2015): "Panorama varietal en el cultivo de la fresa de Huelva" (Informe Técnico)

4. Distribución de la producción comercializada



La fresa es un producto estacional cuya producción se venía concentrando entre los meses de marzo y mayo, suponiendo habitualmente la producción de ese trimestre alrededor del 80% del total de la campaña. No obstante, en esta campaña y la anterior los meses de marzo y abril concentran conjuntamente el 73 y el 71% de la producción comercializada, respectivamente, habiéndose reducido significativamente la producción en el mes de mayo, al retirarse anticipadamente la superficie de cultivo coincidiendo con que la fresa de los países centroeuropeos se encuentra en el mercado compitiendo con la onubense.



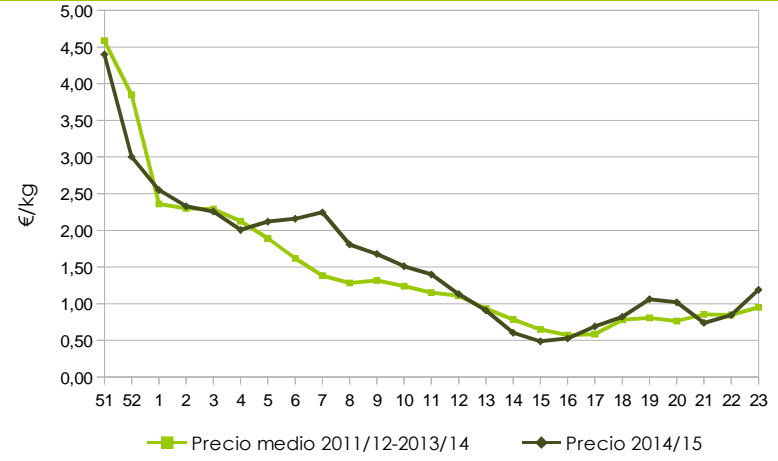
En el gráfico inferior puede apreciarse como a medida que el volumen comercializado de fresa aumenta el precio medio desciende.



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

5. Precios fresa en origen

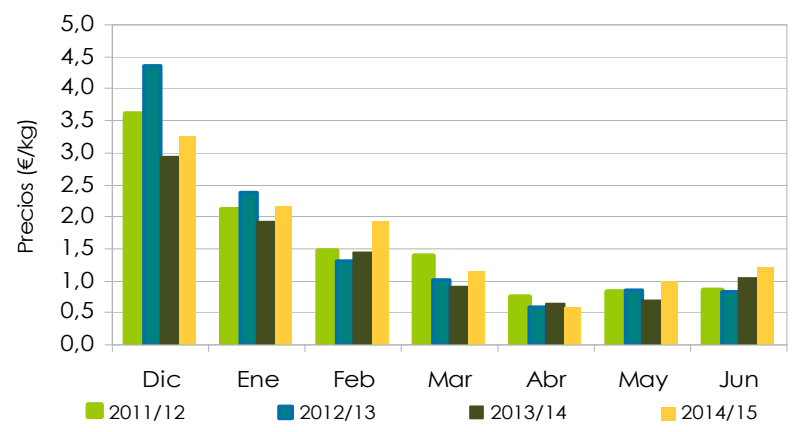
5.1. Precios medios semanales en origen para la fresa de Cat I



La campaña 2014/15 se divide en dos fases, desde el punto de vista de los precios semanales en origen. La primera fase alcanza hasta Semana Santa (semana 14), en la que los precios medios semanales se situaron en niveles buenos, casi siempre por encima de la media de los precios semanales de las tres últimas campañas, debido a que la oferta de fresa no alcanzaba a satisfacer la demanda. Sin embargo, a partir de abril, cuando la explosión de la producción produjo un exceso de oferta que provocó el derrumbe de los precios, estos comenzaron a situarse por debajo del nivel del euro/kg.

Nota: los precios de la campaña 2014/15 son provisionales.

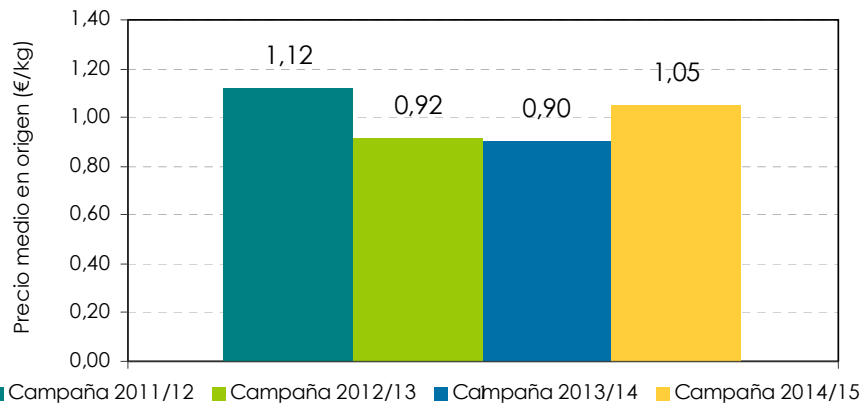
5.2. Precios medios mensuales en origen para la fresa de Cat I



En la campaña 2014/15, en los meses de diciembre y enero el nivel de precios superó a los precios de la anterior campaña en esos mismos meses. En febrero y marzo el nivel de precios no sólo superó a los precios de la campaña anterior si no también a los de dos campañas previas. En abril el precio medio bajó considerablemente, en línea con el precio alcanzado en abril en las dos anteriores campañas. En mayo el precio repuntó debido a la importante bajada productiva de ese mes y, por último, durante junio siguió subiendo, aunque la producción para consumo en fresco ya no era apenas perceptible.

5. Precios fresa en origen

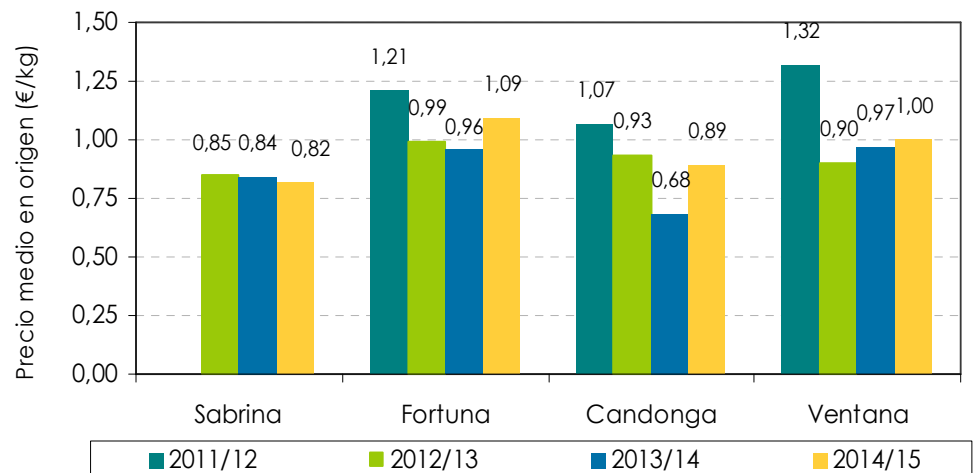
5.3. Precio medio de campaña en origen para la fresa de Cat I



Según los datos aportados por las empresas colaboradoras del Observatorio, en la campaña 2014/15 se ha obtenido un precio medio para la fresa de 1ª categoría de 1,05 €/kg, un 16,7% superior al de la anterior campaña, aproximándose al nivel de precios de la campaña 2011/12.

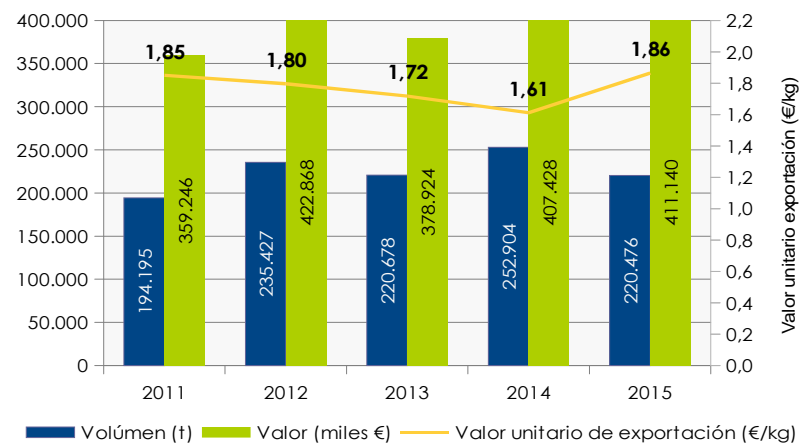
5.4. Precios medio en origen para la fresa de Cat I, según variedades

Las dos principales variedades cultivadas en la campaña 2014/15, Fortuna y Sabrina, han mostrado un comportamiento opuesto respecto al precio medio alcanzado. Mientras Fortuna ha remontado respecto a las dos campañas anteriores, el precio de Sabrina continúa a la baja. Ambas variedades son de las más productivas y tienen bajos porcentajes de producción de segunda categoría, pero Fortuna produce mayor cantidad de fruta que Sabrina en los primeros meses de la campaña, lo que explica el mejor precio y su mayor nivel de implantación en la provincia de Huelva.



6. Comercio exterior

6.1. Volumen y valor de las exportaciones andaluzas de fresa entre enero y julio. Evolución en el período 2011-2015.



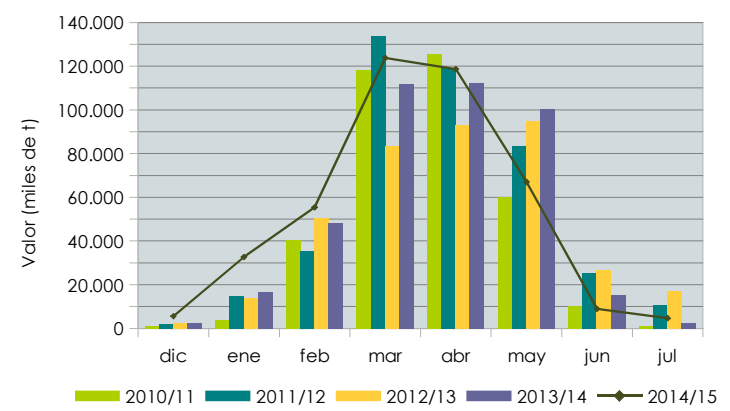
El volumen de fresa exportado desde Andalucía en 2015, en el periodo comprendido entre enero y julio, ha sido un 12,8% inferior respecto al mismo periodo de 2014, pese a lo cual, en valor, las exportaciones han sido muy similares a las de 2014 (+0,9%). En consecuencia, el **valor medio unitario** de la fresa exportada entre enero y julio ha alcanzado el nivel de 1,86 €/kg, valor un 15,7% por encima del de la campaña anterior y muy similar al obtenido en la campaña 2010/11.

Fuente: DATACOMEX

6.2. Distribución del valor de las exportaciones de fresa de Huelva entre diciembre y julio. Periodo 2010/11-2014/15.

Entre los meses de marzo y mayo se obtiene entre el 71% y el 85% del valor de la producción exportada de fresa en el total de la campaña.

En 2015 el valor de las exportaciones de enero y febrero se caracterizan por alcanzar un nivel más alto que en las cuatro campañas anteriores. En marzo y abril el valor de las exportaciones continuó siendo alto, pero algo por debajo de los niveles alcanzados en las campañas 2010/11 y 2011/12 (campañas en las que los precios se consideraban buenos). En mayo y en junio las exportaciones descendieron bruscamente situándose a un nivel inferior al alcanzado en las tres campañas anteriores.



Fuente: DATACOMEX

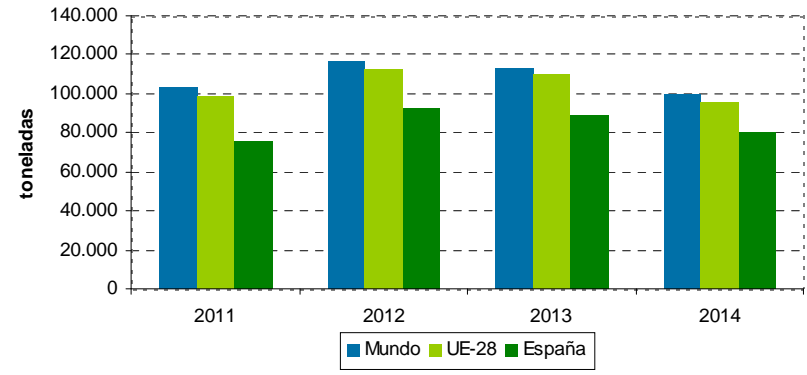
6. Comercio exterior

6.3. Principales socios comerciales para la fresa española

Alemania es el principal socio comercial para la fresa española. Según el ICEX, en 2014 el **32,1%** de las exportaciones españolas de fresa se dirigieron a Alemania, un 4,2% más que en 2013.

En la campaña 2014/15, entre enero y abril de 2015, Alemania absorbió el 35,3% de las exportaciones de fresa española.

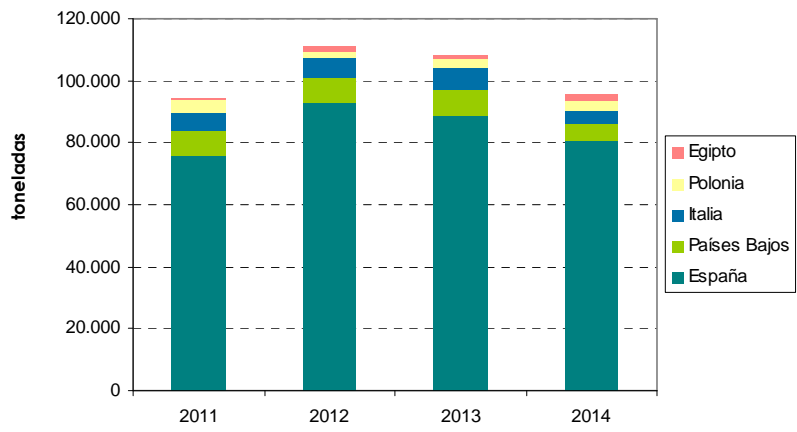
Importaciones alemanas de fresa



Según las estadísticas publicadas por el Ministerio de Agricultura y Alimentación de Alemania, el **80,7%** de las importaciones de fresa de este país en 2014 procedieron de España. A mucha distancia se sitúan los Países Bajos e Italia como segundo y tercer suministrador, aportando ese mismo año el 5,3% y el 4,3%, respectivamente, de las importaciones alemanas de fresa.

El segundo país de destino más importante es Francia, donde se dirigió el 25,7% de la fresa española en 2014 (un 6,5% menos que en 2013). Entre enero y abril de 2015 a Francia se ha dirigido el 16,6% de las exportaciones de fresa española. Mucho más atrás se sitúan Reino Unido e Italia como países destino (9,4% y 7,8% de las exportaciones españolas de fresa en 2014).

Importaciones de fresa en Alemania por países



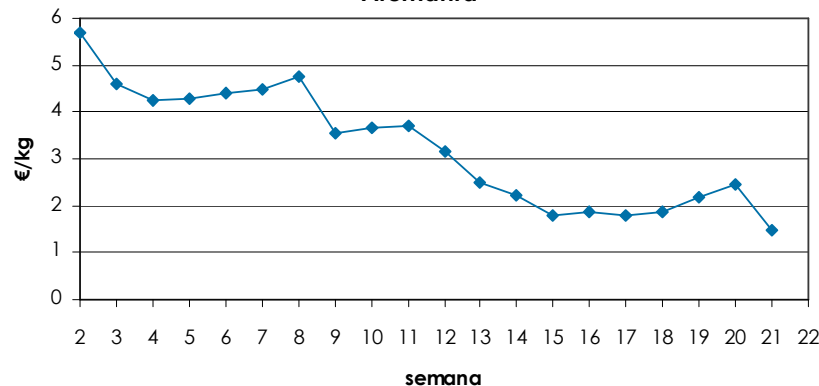
6. Comercio exterior

6.4. Precios en mercados mayoristas internacionales

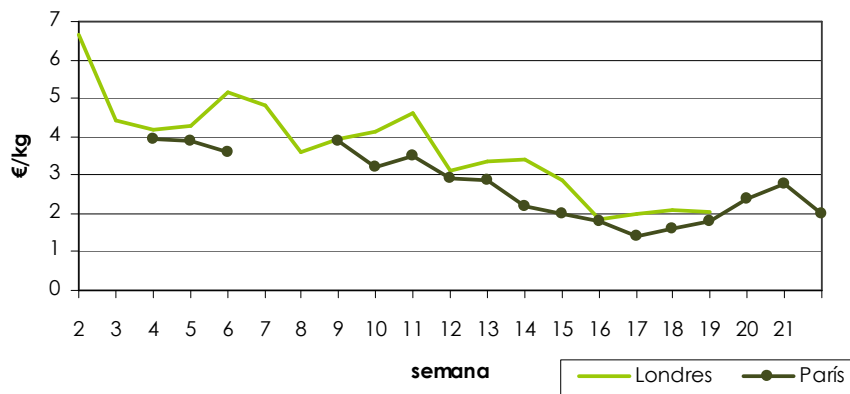
Campaña 2014/15		Precio (€/kg)
semana	Alemania	
2		5,68
3		4,61
4		4,25
5		4,3
6		4,39
7		4,49
8		4,75
9		3,53
10		3,66
11		3,72
12		3,14
13		2,48
14		2,22
15		1,78
16		1,88
17		1,78
18		1,86
19		2,17
20		2,46
21		1,47

Campaña 2014/15			Precio (€/kg)
semana	Londres	París	
1	6,67		
2	4,45		
3	4,19	3,93	
4	4,28	3,87	
5	5,15	3,60	
6	4,82		
7	3,60		
8	3,95	3,90	
9	4,12	3,20	
10	4,62	3,50	
11	3,12	2,90	
12	3,35	2,87	
13	3,38	2,18	
14	2,87	2,00	
15	1,86	1,80	
16	1,99	1,40	
17	2,10	1,60	
18	2,06	1,80	
19		2,40	
20		2,75	
21		2,00	

Precios de fresa española en mercados mayoristas de Alemania



Precios de fresa española en barquetas de 250 gr en mercados mayoristas de París y Londres



Nota: Los precios medios semanales de fresa española en los mercados mayoristas de Alemania están obtenidos como media de precios de distintos mercados del país y referidos a distintos formatos de envase.

Los precios de los mercados mayoristas de París y Londres vienen referidos al envase comercializado con mayor frecuencia, la barqueta de 250 gr.

Fuente: (1) Precios de Alemania: Ministerio Federal de Agricultura y Alimentación de Alemania. (2) Precios de Francia y Londres: Ministerio de Economía y Competitividad (<http://iprecom.comercio.es/>)



6. Comercio exterior

6.4. Precios en mercados mayoristas internacionales

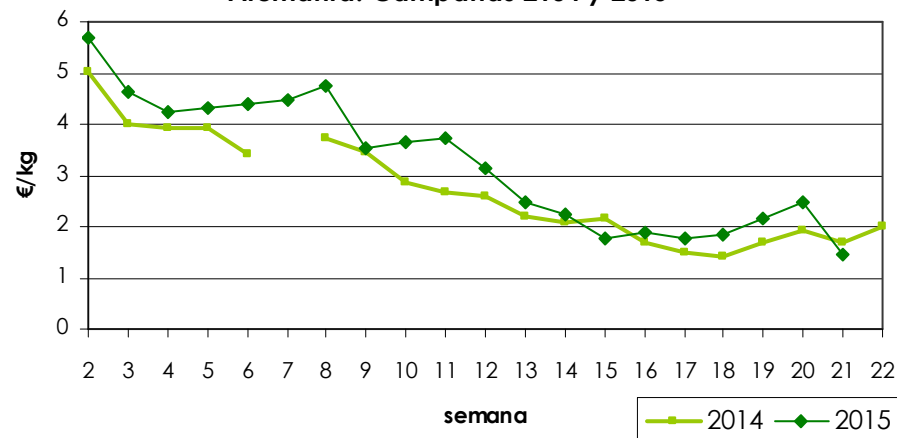
En general los precios semanales de fresa española en los mercados mayoristas internacionales en la actual campaña, son notablemente mejores que los de la campaña anterior.

A lo largo de todo el mes de **enero**, la demanda de fresa en estos mercados fue buena y la fresa española tuvo fuerte presencia. Aunque el precio medio de la fresa española en el mercado alemán descendió un 24% a lo largo del mes, los precios semanales fueron notablemente mejores que los de enero de 2014 (entre un 8% y un 15% por encima, según la semana considerada). La fresa onubense encontró la competencia de la fresa de Marruecos e Italia, principalmente, aunque también de Egipto, Países Bajos o Grecia. En el mercado de Londres los precios también fueron considerablemente superiores respecto a enero del año anterior, pero a diferencia del mercado alemán, estos se mantuvieron estables. Por el contrario, en el mercado de París los precios descendieron paulatinamente y en las dos últimas semanas (4 y 5) se situaron por debajo de los de las mismas semanas de 2014.

En **febrero**, la demanda de fresa en los mercados internacionales franceses creció, lo que hizo subir los precios de la fresa onubense. En el mercado alemán los precios tendieron al alza hasta finales de mes, mientras que en el mercado de Londres el precio sufrió altibajos.

En **marzo** la fresa de origen español seguía predominando en los mercados europeos, donde encontraba la competencia de fresa de Italia, Países Bajos y Marruecos. A mediados de **abril** había comenzado la competencia de la fresa de producciones de otras zonas europeas, presionando a la baja sobre los precios de la fresa española, alcanzando éstos los niveles más bajos de la campaña durante las semanas centrales de abril.

Precios de fresa española en mercados mayoristas de Alemania. Campañas 2104 y 2015



Nota: dato de la semana 7 de 2014 no disponible

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio Federal de Agricultura y Alimentación de Alemania.

7. Conclusiones

1. La distribución de la producción comercializada se ha caracterizado por concentrarse en mayor medida en los meses de **marzo y abril** respecto a la media de anteriores campañas.
2. El **precio medio en origen** de la campaña 2014/15 para la fresa de 1ª categoría es **1,05 €/kg**, según datos aportados por las empresas colaboradoras del Observatorio, **un 16,7% superior** al de la anterior campaña.
3. Gracias al aumento del precio en origen en esta última campaña, la **facturación** por la fresa de 1ª categoría de las empresas colaboradoras del Observatorio de Precios (calculada como el producto del precio medio de la campaña por el volumen comercializado), se estima un **6,3%** superior a la de la anterior campaña.
4. El **valor unitario de las exportaciones** en el periodo comprendido **entre enero y julio** ha alcanzado **1,86 €/kg**, un **15,7% superior** al alcanzado en el mismo periodo en la campaña anterior, según los datos del Ministerio de Economía y Competitividad español.
5. El **volumen de las exportaciones** de fresa andaluza en el periodo comprendido entre enero y julio de 2015 **ha retrocedido un 12,8%** respecto al mismo periodo de un año anterior.
6. El principal destino de la fresa española es el mercado internacional y **Alemania** es el mayor demandante, con tendencia en los últimos años a consolidarse con más fuerza como primer cliente para la fresa española, en detrimento de Francia.



Evaluación de la Campaña de Fresa Huelva 2014/15

Observatorio de Precios y Mercados

