



HORTÍCOLAS PROTEGIDOS DE ANDALUCÍA

SEMANAS 42 y 43 . CAMPAÑA 2015/16¹ELEVADAS COTIZACIONES PARA TOMATE, CALABACÍN,
PIMIENTO Y JUDÍA EN LA SEGUNDA QUINCENA DE OCTUBREPRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN ORIGEN²

TOMATE

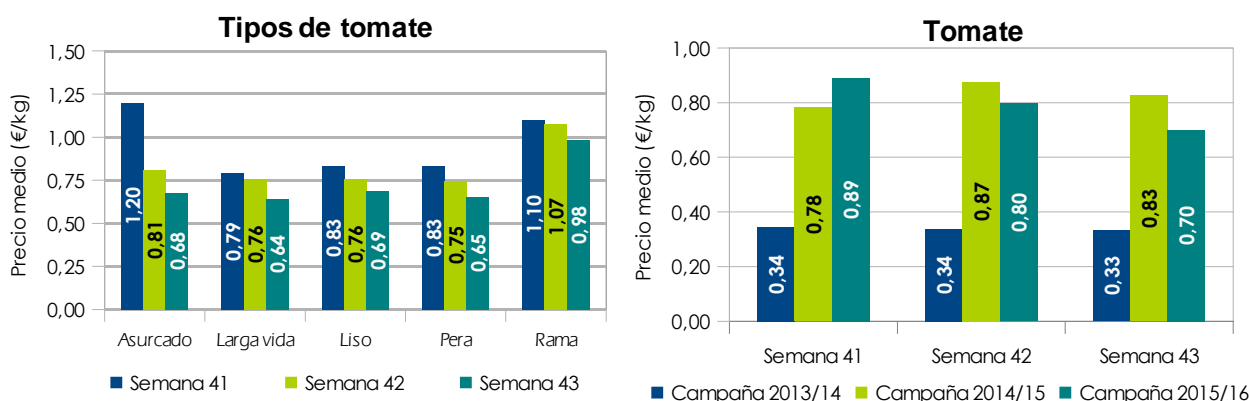
El tomate empieza a superar el retraso productivo ocasionado por las altas temperaturas estivales. No obstante, la campaña estará en plena producción a principios de noviembre.

El tomate rama es nuevamente esta quincena el tipo más cotizado. La campaña en el Este de Europa está finalizando, los volúmenes ofertados se han reducido notablemente y la calidad de la oferta ya no es adecuada para exportación. Estos países están completando su oferta con producción española, especialmente con tomate rama.

La campaña de verano en Bélgica y Holanda se encuentra en la recta final. En las próximas semanas ambos países iniciarán su campaña de invierno cultivando en invernaderos con iluminación artificial. El número de hectáreas de este tipo de invernaderos está creciendo en los últimos años, no obstante, la producción de tomate de invierno en estos países es limitada y la importación de producto español y marroquí ganará representatividad en las próximas semanas.

Los tipos liso y asurcado están teniendo buena aceptación en el mercado nacional, así como los tipos larga vida y pera en los mercados nacional y de exportación.

.Gráficos³ 1 y 2. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 41, 42 y 43 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 41, 42 y 43 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



¹ El objeto del presente informe es realizar un seguimiento quincenal de la campaña 2015/16, exponiendo una visión del estado del sector de forma periódica. La información reflejada se ha obtenido mediante consultas a expertos del sector y al Observatorio de Precios y Mercados. Los precios de la campaña 2015/16 son provisionales.

² El análisis de las cotizaciones corresponde a precios medios ponderados de I+II categoría comercial de empresas hortofrutícolas de Almería y/o Granada facilitados por el Observatorio de Precios y Mercados.

³ No incluyen el tomate tipo cherry.



Respecto al tomate cherry destacar el nuevo incremento en superficie del cherry pera, que se afianza como el segundo producto con mayor volumen comercializado tras el tomate cherry suelto

PIMIENTO

La producción de pimiento en Almería empieza a estabilizarse y se aproxima a los niveles habituales para estas fechas.

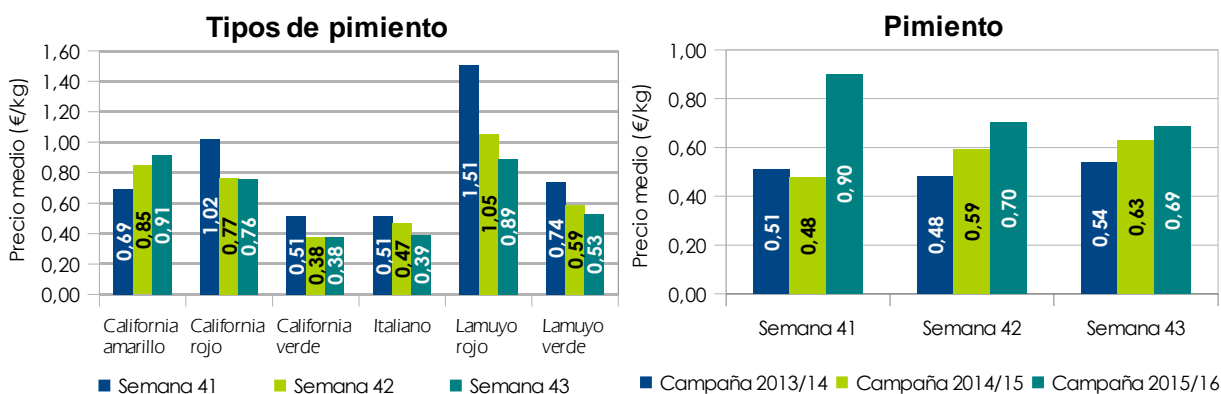
El inicio de la campaña almeriense se ha desarrollado con baja calidad y escasa producción a causa de las cálidas temperaturas estivales. A pesar de que la producción se está normalizando, la escasez de pimiento rojo, especialmente del tipo Lamuyo debido a su sensibilidad a las altas temperaturas durante el cuajado del fruto, y a que Almería es en estos momentos una de las pocas zonas productoras de España, contribuyen a que el precio registrado en las alhóndigas de la provincia se aproxime a 0,90€/kg.

El pimiento lamuyo verde, con menor demanda que el rojo, no supera los 0,53€/kg. El pimiento lamuyo se destina principalmente al mercado nacional y a mercados de exportación como Francia e Italia que aún no intensificado sus compras en Almería.

Los pimientos tipos California rojo y amarillo están registrando precios elevados ante la demanda de los mercados internacionales. La producción holandesa, alemana y belga se acerca a su fin con la calidad muy mermada. A mediados de noviembre las diferentes campañas centroeuropeas estarán finalizadas. Las cálidas temperaturas estivales han provocado una producción inferior a lo esperado, lo que beneficia la cuota de mercado de la producción almeriense en la gran distribución europea.

La campaña de pimiento en Almería se desarrollará a priori con una menor competencia internacional debido a la reducción de la superficie de cultivo en Israel, y a la orientación de parte de la producción israelí y turca al mercado ruso. Es destacable esta campaña el incremento de las especialidades de pimiento, especialmente los tipo dulce cónico⁴ y snack.

Gráficos 3 y 4. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 41, 42 y 43 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 41, 42 y 43 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



⁴ Tipo sweet



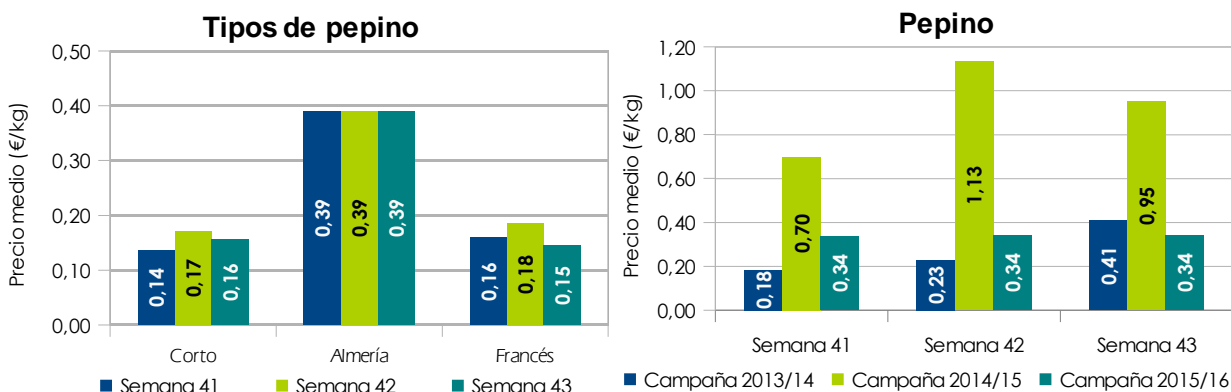
PEPINO

Buen inicio de campaña para el pepino Almería que mantiene una cotización estable desde mediados del mes de octubre.

La campaña de pepino comenzó con cierto retraso debido a la apuesta de gran parte de los productores por trasplantes tardíos, esta circunstancia unida a unas condiciones climatológicas especialmente cálidas durante el otoño provocarán un incremento productivo a partir del mes de noviembre.

La demanda de pepino para exportación se iniciaba esta campaña con un par de semanas de antelación ante la falta de producto en Holanda. La campaña holandesa de pepino encamina su tramo final con una calidad muy mermada y con una oferta reducida, que está facilitando la transición de la gran distribución europea hacia la producción de Almería y Granada.

Gráficos 5 y 6. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 41, 42 y 43 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 41, 42 y 43 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



CALABACÍN

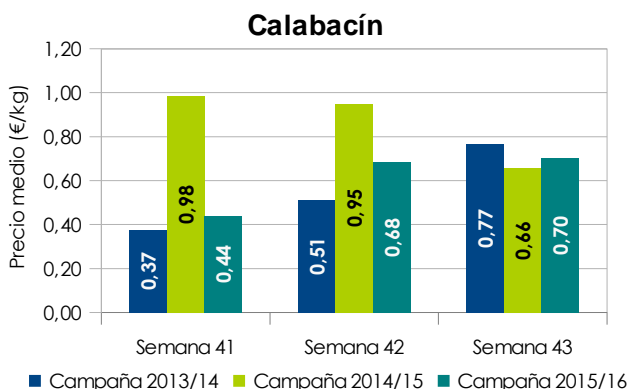
El calabacín encamina las últimas semanas del mes de octubre con precios elevados.

La reducción de las temperaturas, especialmente de las nocturnas, y la presencia de nubosidad y precipitaciones ocasionales durante la semana 43 han ralentizado la entrada de género en las comercializadoras almerienses. A las circunstancias climatológicas de este período se suma la decisión de gran número de productores de realizar trasplantes tardíos, lo que ha contribuido a la regulación de la oferta en el mes de octubre.

La exportación de calabacín se activa lentamente, siendo Francia, Alemania y Holanda los países que muestran un mayor interés.



Gráfico 5 7. Precio medio del calabacín en las semanas 41, 42 y 43 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



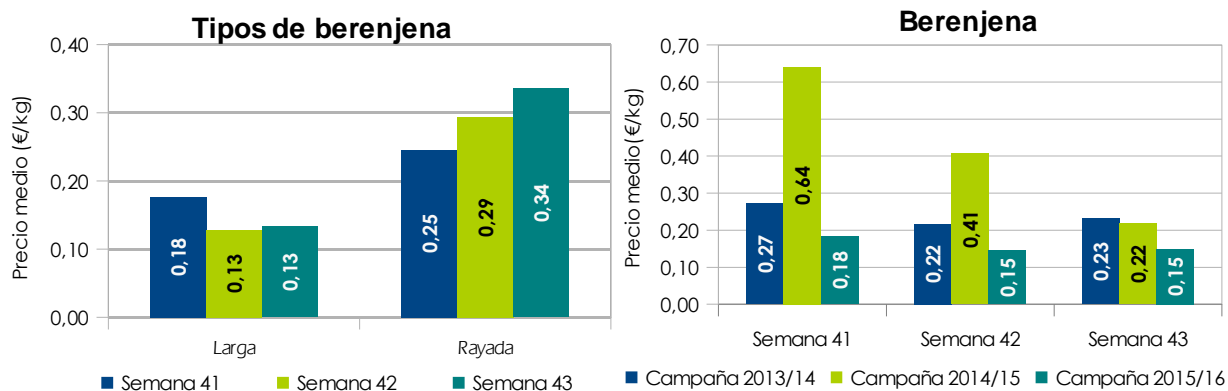
BERENJENA

Estabilidad en las cotizaciones de berenjena y nuevo incremento productivo respecto a la pasada semana y a las mismas fechas de la pasada campaña.

La berenjena es un producto con un mercado muy limitado, siendo Italia y Francia sus principales consumidores. Los incrementos puntuales de producción de berenjena repercuten de forma casi inmediata en una depreciación del producto.

El empeoramiento de las condiciones meteorológicas en origen a finales de la quincena analizada, y la previsión de bajada de temperaturas y de los niveles de radiación en las próximas semanas; junto con la paulatina finalización de la producción centroeuropea hacen prever una mejoría de las cotizaciones al inicio del mes de noviembre.

Gráficos 8 y 9. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 41, 42 y 43 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 41, 42 y 43 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.



⁵ Al ser el calabacín verde el tipo de calabacín mayoritario, 98% de la producción comercializada según datos del Observatorio de Precios y Mercados, no se realiza en este apartado el gráfico de precio medio por tipo de producto.



JUDIA VERDE

La producción de judía verde en Almería y Granada es aún reducida, lo que favorece el alza progresiva de las cotizaciones del producto.

Los cultivos de judía de otoño en Granada se han visto ligeramente disminuidos esta campaña al orientarse parte de la superficie que tradicionalmente se dedicaba a judía hacia el cultivo de pepino y de tomate cherry.

La campaña marroquí arranca lentamente y no será hasta finales de noviembre y diciembre cuando Marruecos lidere el mercado de este producto.

Gráficos 10 y 11. Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 41, 42 y 43 de la campaña 2015/16 y precio medio del producto en las semanas 41, 42 y 43 de las campañas 2015/16, 2014/15 y 2013/14.

