

## HORTÍCOLAS PROTEGIDOS DE ANDALUCÍA

SEMANAS 42 y 43. CAMPAÑA 2016/17<sup>1</sup>

# BERENJENA Y PEPINO OBTIENEN LOS PEORES RESULTADOS EN EL TRAMO FINAL DEL MES DE OCTUBRE

## PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN ORIGEN<sup>2</sup>

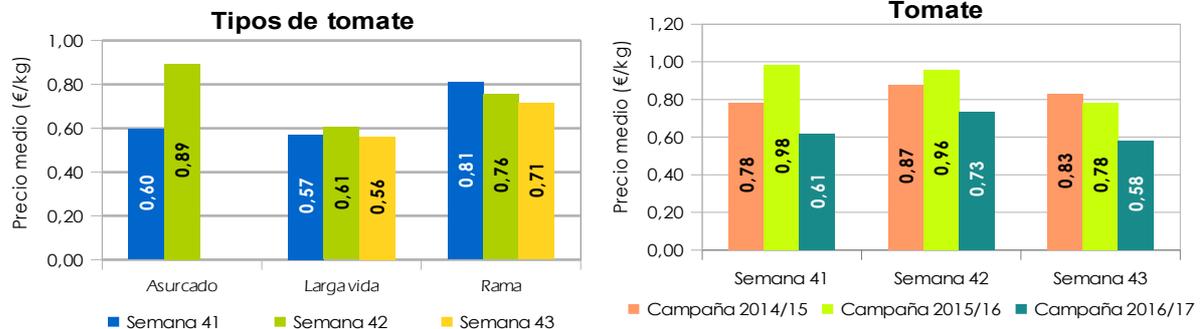
El mes de octubre ha finalizado con un descenso generalizado de los precios. Las altas temperaturas vividas en Andalucía han acelerado la producción de pimiento, pepino o berenjena. La oferta está siendo elevada y las cotizaciones no alcanzan la esperada mejoría. Las condiciones meteorológicas en Europa también están siendo más cálidas de la habitual, propiciando la continuidad de las campañas de producción centroeuropeas y afectando notablemente a la exportación de las comercializadoras andaluzas.

### TOMATE

El tomate es de los pocos productos que consigue evitar el descenso de precio experimentado por la mayoría de las hortalizas en la semana 42, no obstante en los últimos días de octubre sus cotizaciones inician una trayectoria descendente impulsada por la depreciación del tipo larga vida. El ligero descenso en la superficie de cultivo, junto con un pequeño retraso en la fecha de trasplante, y unas temperaturas excesivamente cálidas, que han afectado a los cuajes más precoces, conducen a un retraso en el ritmo de producción, que ha logrado frenar la caída de precios hasta la semana 42. A principios de noviembre entran en producción gran número de explotaciones del Poniente almeriense que contribuirán a un incremento de la oferta provincial.

El tomate rama ha bajado de cotización pero se mantiene en valores positivos y presenta una buena demanda. La falta de calidad del rama de Bélgica y Holanda al final de su campaña les lleva a comercializar gran parte de la producción como suelto.

**Gráficos<sup>3</sup> 1 y 2.** Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 41, 42 y 43 de la campaña 2016/17 y precio medio del producto en las semanas 41, 42 y 43 de las campañas 2016/17, 2015/16 y 2014/15.



<sup>1</sup> El objeto del presente informe es realizar un seguimiento quincenal de la campaña 2016/17, 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 2016/17 son provisionales.

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> No incluyen el tomate tipo cherry.

La campaña de tomate de verano en Bélgica y Holanda se aproxima a su recta final. A lo largo del mes de noviembre ambos países iniciarán su campaña de invierno con una superficie de producción similar a la pasada campaña, según las previsiones iniciales, y producciones crecientes<sup>4</sup> en los primeros meses del año.

Las previsiones de producción de Marruecos para la campaña 2016/17, establecen un aumento del 2% en las exportaciones de tomate respecto a la pasada campaña. Esta ralentización en el crecimiento de las exportaciones de tomate en relación a las últimas campañas se debe fundamentalmente a una apuesta creciente por pimiento y frutos rojos. La campaña de tomate marroquí presenta un retraso de entre 15 y 20 días, lo que provoca una reducida oferta de tomate norteafricano en estas fechas favoreciendo la comercialización del tomate andaluz.

### PIMIENTO

Las altas temperaturas, atípicas en esta época del año, han provocado un aumento considerable de la producción almeriense en fechas en las que aún hay disponibilidad de producción propia en Centroeuropa, y han perjudicado la calidad de la producción. La concurrencia de diversos orígenes de producción se traduce en una reducción de los precios en origen en la segunda quincena de octubre. Prácticamente todos los tipos de pimiento a excepción del lamuyo rojo, escaso en estas fechas por su sensibilidad a las altas temperaturas durante la fase de cuajado del fruto, y los tipos dulce cónico y mini pierden valor en este período.

Destacar que el incremento en la superficie de pimiento previsto para esta campaña se orienta tanto al tradicional pimiento California, como a los más novedosos tipos Palermo y snack, con muy buenos resultados en las últimas campañas.

Los pimientos tipos California rojo y amarillo están registrando precios inferiores a la pasada campaña. La producción holandesa, alemana y belga es significativa. Hasta mediados de noviembre no se espera una reducción importante de la producción centroeuropea.

### PEPINO

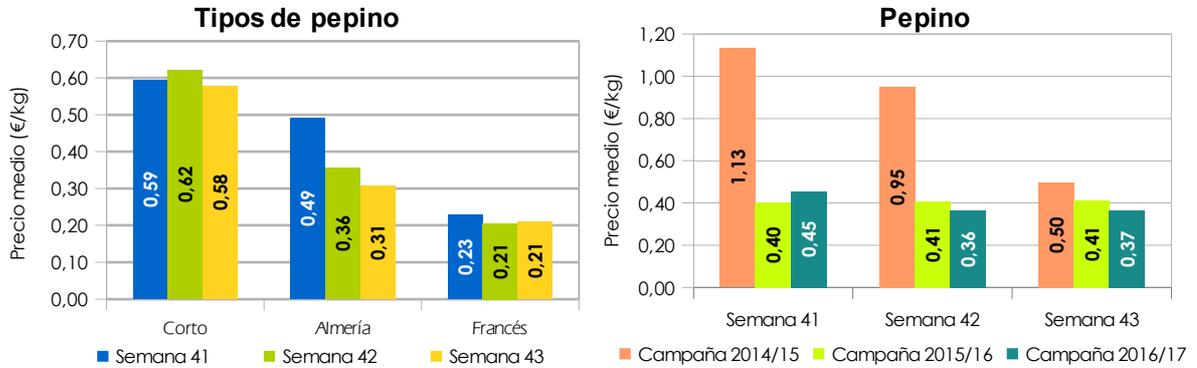
El mes de octubre finaliza con un nuevo ascenso productivo en las provincias de Almería y Granada que provocan una nueva bajada de precios, pero muy lejos de las bajas cotizaciones registradas en el mes de septiembre cuando la fuerte competencia de la producción holandesa y la elevada oferta en Almería dificultaba enormemente la comercialización del pepino tipo Almería.

La campaña holandesa encamina su tramo final con una calidad mermada y con una oferta reducida, que está facilitando la transición paulatina de la gran distribución europea hacia la producción de Almería y Granada.

La disponibilidad de pepino corto, orientado a su comercialización en el mercado nacional es muy limitada durante la campaña de otoño, favoreciendo las ventajosas cotizaciones registradas por este tipo de pepino.

<sup>4</sup> Grupo de expertos de tomate de la comisión europea.

**Gráficos 5 y 6.** Precio medio en origen por tipo de producto en las semanas 41, 42 y 43 de la campaña 2016/17 y precio medio del producto en las semanas 41, 42 y 43 de las campañas 2016/17, 2015/16 y 2014/15.



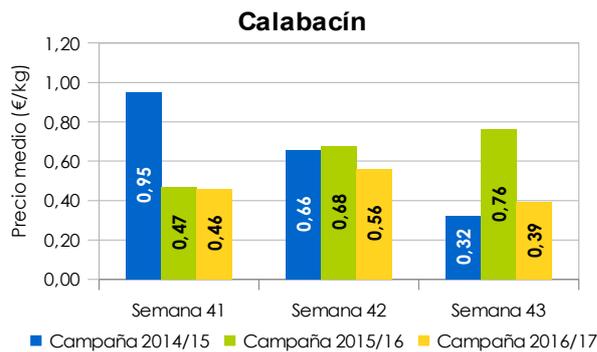
## CALABACÍN

La reducción de las temperaturas nocturnas ha frenado ligeramente la oferta de calabacín en la semana 42 favoreciendo un significativo incremento del precio percibido por el productor. En la semana 43 las temperaturas se suavizan y se produce un significativo aumento de la entrada de género en las comercializadoras que se traduce en una notable depreciación del producto.

El incremento de la superficie de calabacín y una condiciones meteorológicas propicias para su desarrollo conducen a una elevada oferta de producto en los últimos días del mes de octubre.

La exportación de calabacín se activa lentamente, al disponer los principales consumidores europeos, Francia y Alemania, de producción propia en estas fechas.

**Gráfico<sup>5</sup> 7.** Precio medio en origen del calabacín en las semanas 41, 42 y 43 de las campañas 2016/17, 2015/16 y 2014/15.



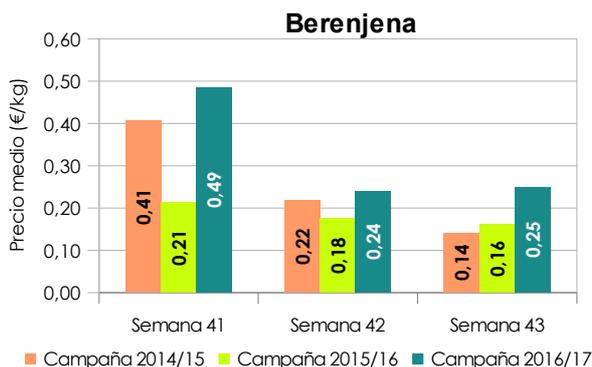
## BERENJENA

La berenjena registra las cotizaciones más desfavorables de la campaña. Su limitado mercado, con Italia y Francia como principales consumidores, provoca que en períodos de elevada

<sup>5</sup> 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.

producción, como en la que nos encontramos, la berenjena encuentre dificultades en su comercialización que se transmite de forma inmediata al precio de venta. A estas circunstancias se suma que la berenjena no es un producto consumido regularmente por los europeos, excepto por los italianos, y que se trata de una hortaliza consumida preferentemente durante el período invernal y las temperaturas invernales aún no se han dejado notar en Europa.

**Gráficos 8 y 9.** Precio medio en origen del producto en las semanas 41, 42 y 43 de las campañas 2016/17, 2015/16 y 2014/15.



## MARRUECOS

La campaña de tomate marroquí comienza con volúmenes reducidos. En la segunda quincena de octubre Marruecos ha exportado a la UE un contingente de tomate de 6.360 toneladas.

El contingente de calabacín exportado por Marruecos a la UE en el período analizado asciende a 172 toneladas, un 42% inferior a la pasada campaña.