

Síntesis de campaña: Hortícolas protegidos

Primer cuatrimestre de la campaña 2016/17

1. Tomate
2. Tomate cherry
3. Pimiento
4. Pepino
5. Calabacín
6. Berenjena
7. Judía verde

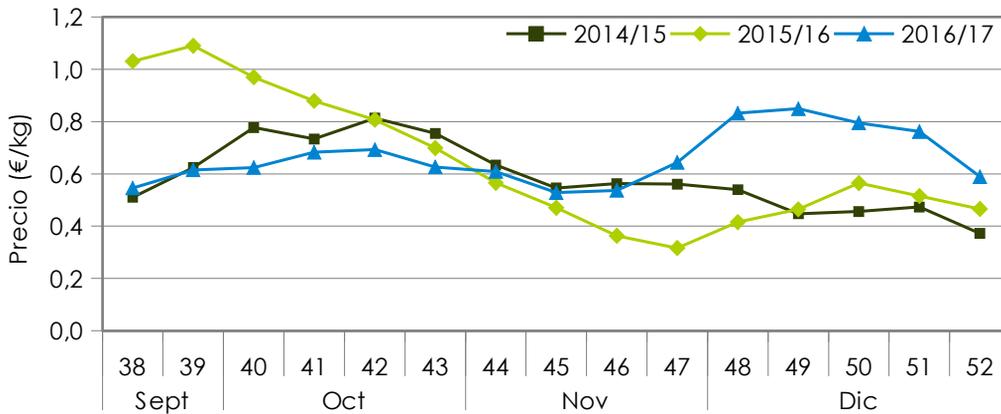


Marzo 2017

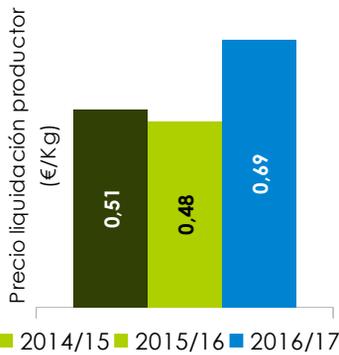
Hortícolas protegidos. Campaña 2016/17

1. Precios medios en origen de Tomate (no incluye el tipo cherry)

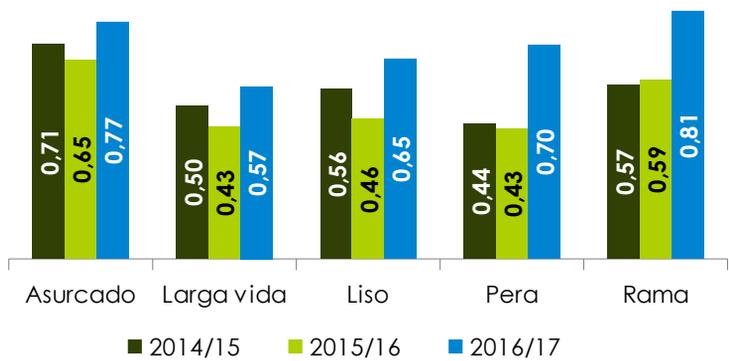
Evolución semanal de los precios percibidos por los productores



Precio medio de campaña



Precio medio en origen ponderado por tipo de producto (€/kg)



Resumen

El inicio de la campaña de tomate se ha caracterizado por una reducción en la superficie de cultivo, un ligero retraso en la fecha de trasplante, y unas temperaturas excesivamente cálidas en los meses de septiembre y octubre, que afectaron a los cuajes más precoces y provocaron deficiencias de calidad.

A principios de noviembre entraban en producción las plantaciones más tardías de tomate, incrementando la oferta y provocando una nueva caída de las cotizaciones en origen. El tomate larga vida es el más perjudicado en este período, afectado por la competencia de Países Bajos y Polonia, que ofrecían en la fase final de su campaña tomate suelto con una calidad reducida y un bajo precio.

En el tramo final del mes de noviembre, la drástica bajada de las temperaturas, la finalización de la campaña de verano en Países Bajos y Polonia y la escasez de tomate en Marruecos, que presentaba un retraso productivo entre 15-20 días respecto a las previsiones iniciales de producción, daban lugar a un ascenso de los precios en origen que se prolongaría hasta la primera quincena de diciembre.

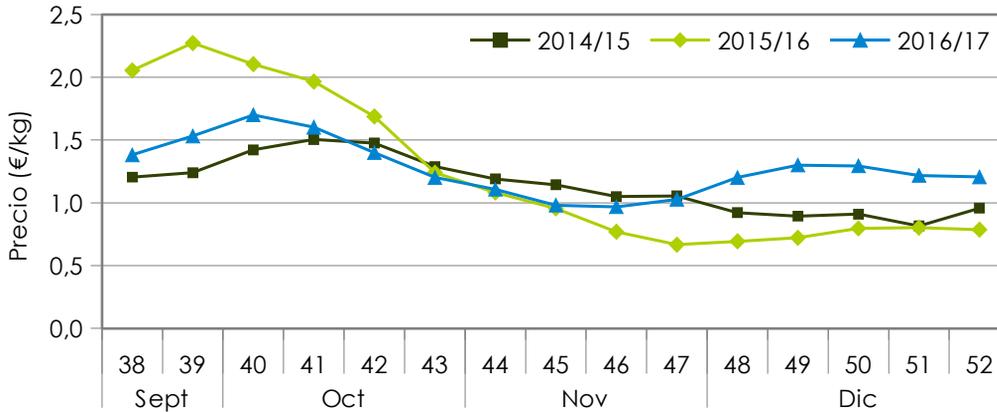
En el primer cuatrimestre de la campaña la producción de tomate en Almería se estima entre un 10-20% por debajo de las cifras de la pasada campaña. Esta reducción de la producción global obedece a varios factores; por un lado a la reducción de la superficie de cultivo, el retraso en la fecha de trasplante e inicio de producción; y por otro, la ralentización del ritmo productivo ante la bajada de temperaturas sufrida a finales del mes noviembre.

Nota: El precio medio del tomate se compone de la ponderación de los tipos asurcado, larga vida, liso, pera, rama y otros tipos comerciales minoritarios.

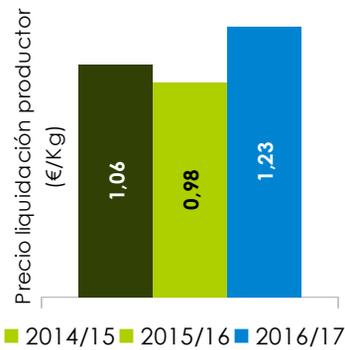
Hortícolas protegidos. Campaña 2016/17

2. Precios medios en origen de Tomate cherry

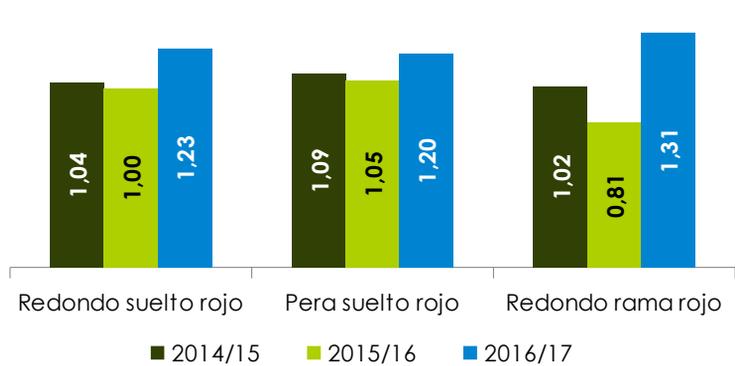
Evolución semanal de los precios percibidos por los productores



Precio medio de campaña



Precio medio en origen ponderado por tipo de producto (€/kg)



Resumen

La campaña de tomate cherry comenzó con cotizaciones positivas para los productores, aunque sensiblemente inferiores a las registradas en la campaña precedente, donde el inicio de la campaña se caracterizó por un marcado déficit de producto.

Las cálidas temperaturas experimentadas en las primeras semanas de la campaña afectaron a los cuajes más precoces, disminuyendo la producción ofertada en el mes de septiembre y primeras semanas de octubre. No obstante, el volumen comercializado en este período fue sustancialmente superior a la pasada campaña.

A finales de octubre entran en producción gran número de explotaciones de la Costa de Granada y del Levante almeriense. La producción marroquí se incrementaba considerablemente a partir de entonces, mientras que las condiciones meteorológicas en Centroeuropa permitían la prolongación de sus producciones nacionales hasta el mes de noviembre. La conjunción de estos factores se traducía en un notable descenso de las cotizaciones en origen.

A mediados de noviembre, las condiciones meteorológicas cambian drásticamente, bajando las temperaturas nocturnas, disminuyendo los niveles de insolación y cayendo las primeras precipitaciones. La producción se regula y se produce un incremento de los precios en origen que continuará hasta el mes de diciembre.

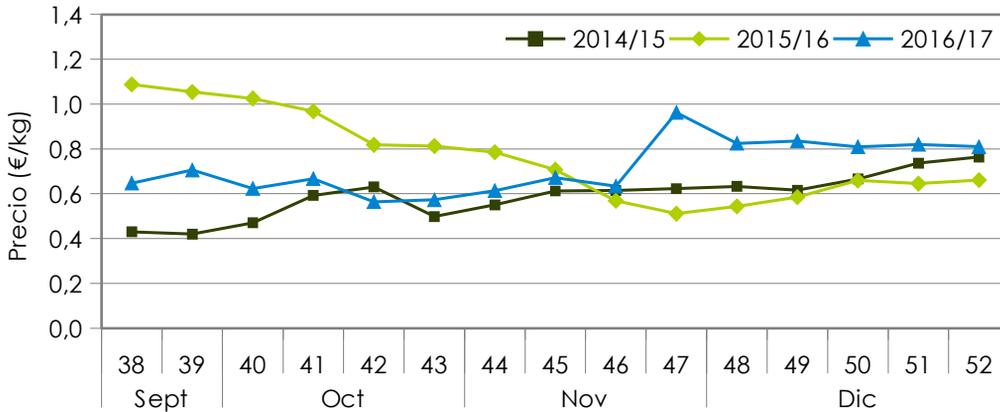
En el mes de diciembre las cotizaciones registradas por el tomate cherry superan ampliamente las cifras de las dos campañas precedentes. La reducida oferta andaluza, entre un 5-7% por debajo de la pasada campaña, y el acopio realizado por las centrales de compra de la gran distribución europea previo a la navidad logran incrementar el valor del producto.

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

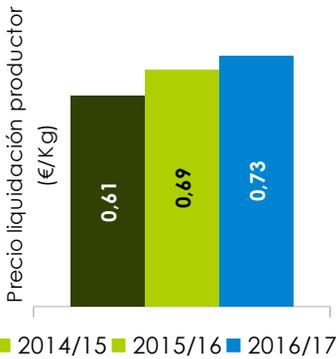
Hortícolas protegidos. Campaña 2016/17

3. Precios medios en origen de pimiento

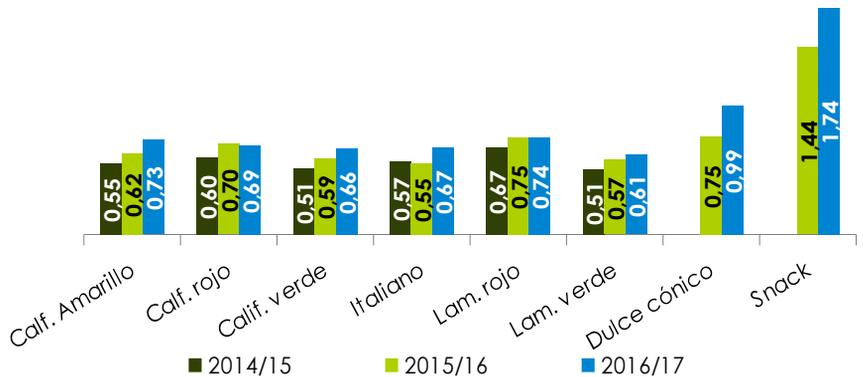
Evolución semanal de los precios percibidos por los productores



Precio medio de campaña



Precio medio en origen ponderado por tipo de producto (€/kg)



Resumen

La superficie de pimiento en la campaña 2016/17 se aproximará previsiblemente a las 10.100 hectáreas¹, estimándose un crecimiento en torno al 7% respecto a la pasada campaña.

En los meses de septiembre y octubre, las elevadas temperaturas vividas tanto en España como en Centroeuropa, unido a un incremento de la superficie de cultivo, provocaba un considerable aumento de la producción almeriense en fechas en las que existía producción propia en Centroeuropa. La abundante oferta de Almería, sensiblemente superior a la pasada campaña, y la concurrencia de diversos orígenes de producción, se traducía en unas cotizaciones en origen sensiblemente inferiores a las registradas en la temporada 2015/16.

A mediados de noviembre, las condiciones meteorológicas cambian drásticamente, la presencia de precipitaciones y la bajada de temperaturas regula la oferta de Almería, y favorece una considerable subida del precio medio del pimiento. El volumen comercializado durante el mes de noviembre por Almería se mantiene aproximadamente un 5% por debajo de las cifras de la pasada campaña.

Durante el mes de diciembre, las temperaturas invernales continúan regulando la oferta, y el precio del producto se estabiliza entre 0,80-0,90€/kg.

En el escenario internacional destacaba la escasa competencia de otras regiones productoras. Holanda llegaba a finales de noviembre con su campaña prácticamente finalizada; Israel centraba sus ventas en el mercado ruso; Marruecos, con una producción controlada fundamentalmente por empresas europeas tampoco ejercía una significativa presión sobre la oferta de Almería; mientras que Turquía, con un mercado local muy fuerte, se encontraba restableciendo relaciones comerciales con Rusia, que facilitaba la distribución de gran parte de su oferta fuera de la Unión Europea.

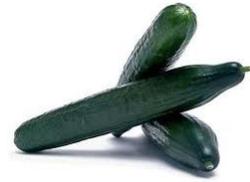
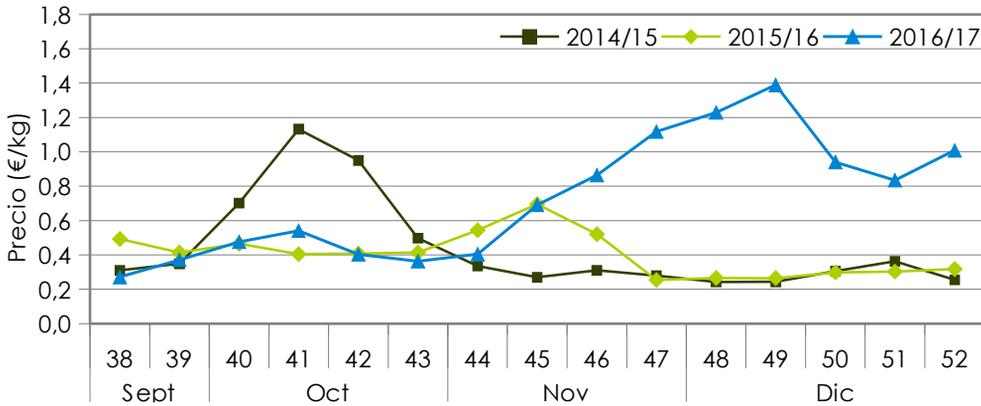
¹ Delegación Territorial de Almería. CAPDR.

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

Hortícolas protegidos. Campaña 2016/17

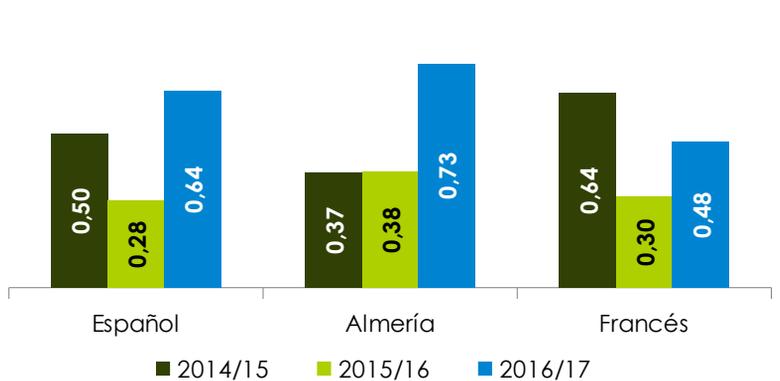
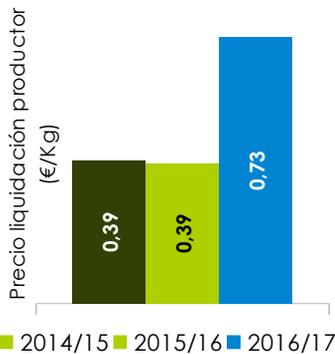
4. Precios medios en origen de pepino

Evolución semanal de los precios percibidos por los productores



Precio medio de campaña

Precio medio en origen ponderado por tipo de producto (€/kg)



Resumen

El inicio de la campaña de pepino fue bastante atípico, dejando patente los riesgos que origina la superproducción en la comercialización hortícola. Un elevado número de hectáreas se orientaron hacia trasplantes tempranos, con la consiguiente reducción de pepino tardío.

La campaña de pepino arrancaba con volúmenes inusualmente altos que encontraban una difícil salida en el mercado, al continuar los países importadores de pepino abasteciéndose de producción propia. Este solape productivo con terceros países unido a un problema en la coloración del fruto en las semanas iniciales de campaña afectó notablemente a las cotizaciones del producto.

A finales del mes de octubre, la campaña de pepino en Holanda encamina su tramo final con una calidad mermada y una oferta reducida, que facilitaba la transición paulatina de la gran distribución europea hacia la producción andaluza. A principios de noviembre Almería presentaba un hueco de producción debido a la retirada de los trasplantes más tempranos de pepino, mientras que los trasplantes más tardíos en las zonas de El Ejido y Roquetas de Mar se retrasaban.

En el mes de noviembre, las temperaturas bajan drásticamente, las horas de luz se reducen y se ralentiza el ritmo productivo de las plantaciones contribuyendo a regular la oferta. Los precios en origen inician una escalada paulatina que alcanzaba el valor máximo de 1,40€/kg en la segunda semana de diciembre favorecido por el endurecimiento de las condiciones meteorológicas, la limitada oferta andaluza y la escasa disponibilidad en países como Holanda y Grecia. En los meses de noviembre y diciembre, la oferta andaluza se reducía entre un 15-20% respecto a las cifras del mismo período de la pasada campaña.

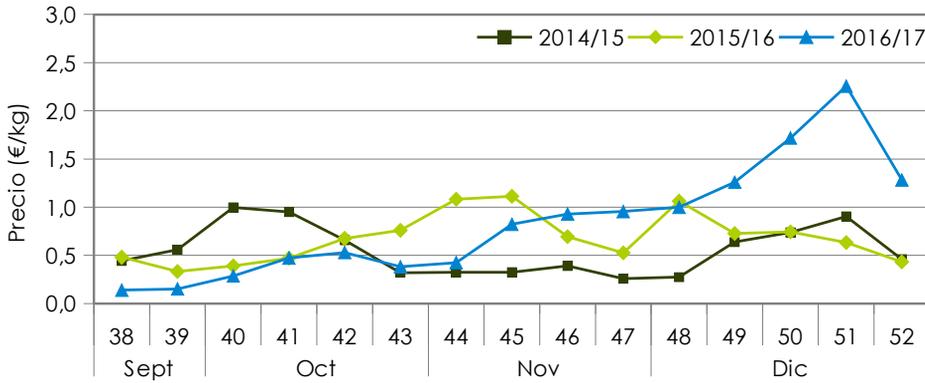
En la segunda quincena de diciembre, entran en producción las trasplantes de invierno, a pesar de ello la oferta continúa sin ajustarse a la demanda, circunstancia que se refleja en el alto precio percibido por el productor.

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

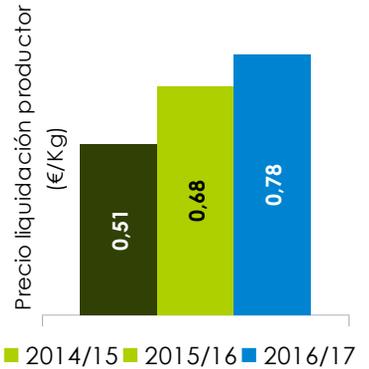
Hortícolas protegidos. Campaña 2016/17

5. Precios medios en origen de calabacín

Evolución semanal de los precios percibidos por los productores



Precio medio de campaña

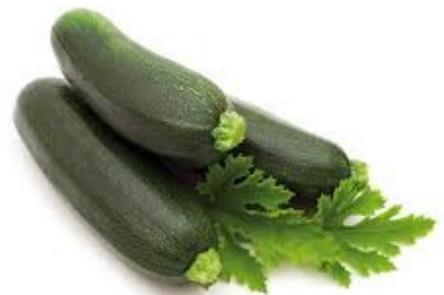


Resumen

La campaña de calabacín comenzaba con precios muy bajos y volúmenes sensiblemente más elevados que la pasada campaña. La orientación de numerosos agricultores hacia plantaciones tempranas, junto a las altas temperaturas experimentadas durante el verano y comienzos del otoño, han dado lugar a una elevada producción en las primeras semanas de la campaña.

En noviembre, comenzaban a retirarse los trasplantes más tempranos de calabacín para realizar un nuevo ciclo de cultivo, mientras que numerosas plantaciones que debían alcanzar la plena producción en estas fechas se habían arrancado en octubre afectadas por el virus Nueva Delhi, o continuaban en producción con un rendimiento mermado. Esta planificación de cultivos, unida a una drástica bajada de las temperaturas en la segunda quincena de noviembre y a la escasez de producción en Marruecos, principal proveedor de calabacín de los mercados europeos junto con Almería y con una producción gravemente mermada por los efectos del virus Nueva Delhi, provocaba un hueco de producción en el mes de noviembre que favorecía el ascenso de los precios percibidos por los productores.

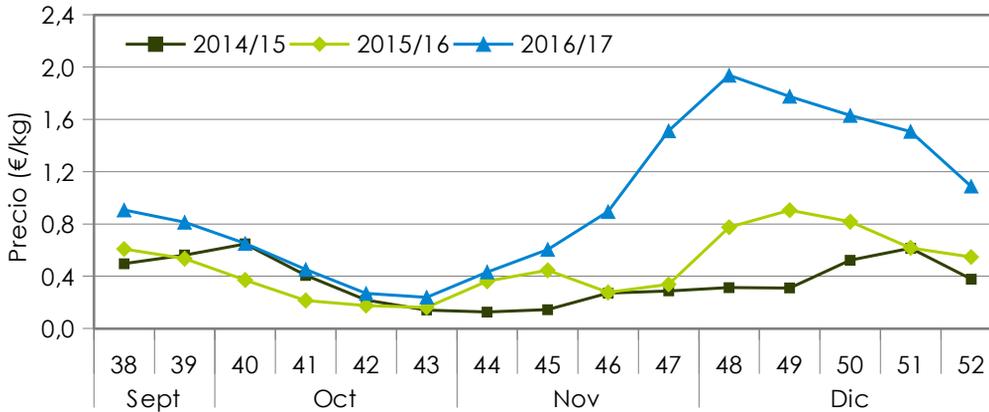
En el mes de diciembre, la limitada oferta de producto en Almería era la tónica dominante. Las bajas temperaturas de noviembre y diciembre frenaban el desarrollo de las nuevas plantaciones de calabacín, que deberían estar a pleno rendimiento si las condiciones meteorológicas no fueran tan limitantes para el desarrollo del fruto. La falta de producto en las comercializadoras almerienses para cumplir los compromisos comerciales elevaba los precios del calabacín por encima de los 2€/kg.



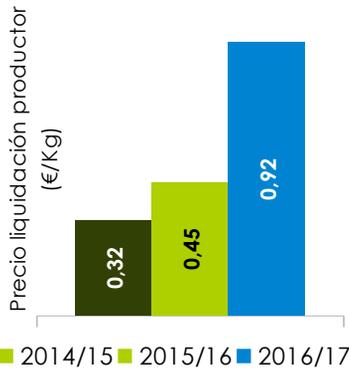
Hortícolas protegidos. Campaña 2016/17

6. Precios medios en origen de berenjena

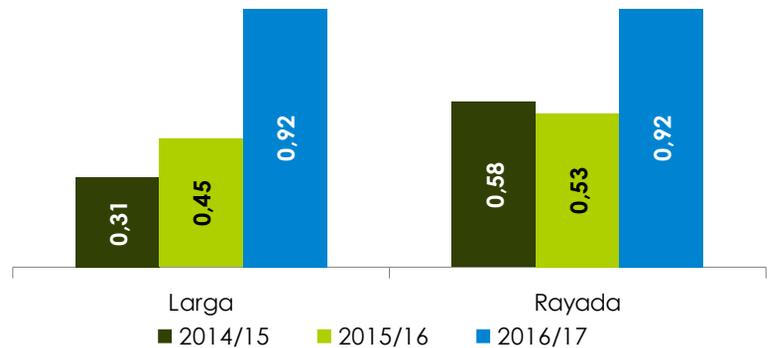
Evolución semanal de los precios percibidos por los productores



Precio medio de campaña



Precio medio en origen ponderado por tipo de producto (€/kg)



Resumen

La berenjena es el producto que más ha reducido el número de hectáreas cultivadas en esta campaña. Tras varios años con precios mediocres, numerosos productores han apostado por otros hortícolas con mejor historial de precios, dando lugar a una reducción de la superficie de cultivo próxima al 4%.

En el mes de septiembre, la escasa oferta de berenjena propiciaba unas cotizaciones muy favorables para los productores. No obstante, los precios dibujaban una evolución descendente a medida que la oferta aumentaba, llegando a tocar fondo a finales del mes de octubre.

En noviembre, las condiciones meteorológicas se endurecían, las bajas temperaturas frenaban el ritmo productivo de la berenjena, favoreciendo la recuperación de los precios en origen. La calidad global del género comercializado mejoraba con la finalización de las plantaciones de verano.

La exportación se activaba a lo largo del mes de noviembre, con la terminación de las producciones de Holanda y Bélgica, y el consumo se animaba al tratarse de un producto de consumo mayoritario durante el período invernal. Las comercializadoras de la provincia necesitaban cumplir sus compromisos comerciales y la escasez de género provocaba la escalada de precio del producto.

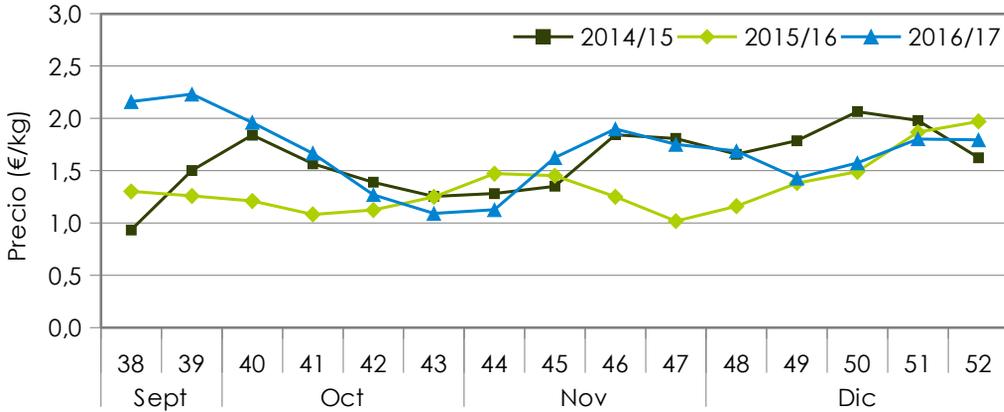
En el mes de diciembre, la oferta de berenjena era significativamente inferior a la pasada campaña. Continuaba la inestabilidad meteorológica, con bajas temperaturas nocturnas, precipitaciones ocasionales y luminosidad reducida que desembocaba en una escasa oferta. El limitado mercado de la berenjena, con Italia, Francia y Alemania como principales consumidores, provoca que moderadas variaciones en la oferta se traduzcan en acusadas oscilaciones en el precio. La demanda de berenjena en Europa se ve activada durante la etapa invernal, y especialmente durante el mes de diciembre, período de máxima actividad comercial al realizar las grandes cadenas europeas sus compras previas a las fiestas navideñas. El precio del producto alcanza máximos históricos.

² Delegación Territorial de Almería. CAPDR.

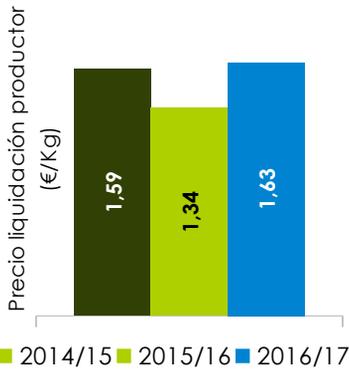
Hortícolas protegidos. Campaña 2016/17

7, Precios medios en origen de judía verde

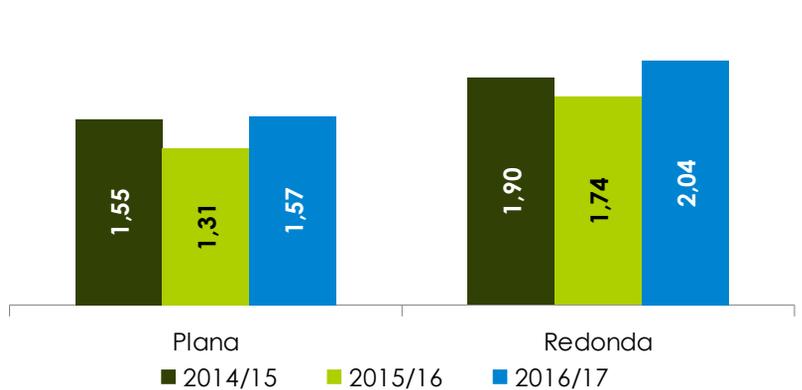
Evolución semanal de los precios percibidos por los productores



Precio medio de campaña



Precio medio en origen ponderado por tipo de producto (€/kg)



Resumen

La campaña de judía verde comenzaba con una oferta reducida y cotizaciones muy favorables para los productores, superando ampliamente los registros de la dos campañas precedentes. Las previsiones de la temporada apuntaban hacia una reducción de la superficie de cultivo próxima al 3% respecto a la pasada campaña³.

En el mes de octubre, la producción de judía de las provincias de Almería y Granada se intensifica favorecida por las cálidas temperaturas otoñales, mientras que Marruecos incrementa su producción y por tanto sus exportaciones a la Unión Europea. La confluencia de ambas producciones, la andaluza y la noroeste-africana, provoca una paulatina caída de los precios percibidos por los productores que se prolongaría hasta principios del mes de noviembre.

Las condiciones meteorológicas se endurecen en el mes de noviembre, llegan las temperaturas invernales y las precipitaciones a las zonas productoras de Almería y Granada. La oferta andaluza es escasa y la judía verde producida en Marruecos domina el mercado internacional.

En el mes de diciembre, la judía verde ralentiza su ritmo productivo, su sensibilidad a las bajas temperaturas se traduce en una limitada oferta en Andalucía y en Marruecos, cuyas plantaciones se encontraban bajo los efectos de un frente frío. La reducida oferta internacional, y la necesidad de suministro de las centrales de compra de la gran distribución en el período previo a la navidad provocaba una notable subida de los precios de judía verde en las semanas finales del año.

³ Delegación Territorial de Almería. CAPDR.