

INFORME DE SEGUIMIENTO: SECTOR DE HORTÍCOLAS PROTEGIDOS. ANDALUCÍA.

SEMANA 9. CAMPAÑA 2021/22

MARZO COMIENZA CON COTIZACIONES SUPERIORES A LA PASADA CAMPAÑA EN TODOS LOS HORTÍCOLAS ANDALUCES EXCEPTO EN BERENJENA Y PIMIENTO

PIMIENTO

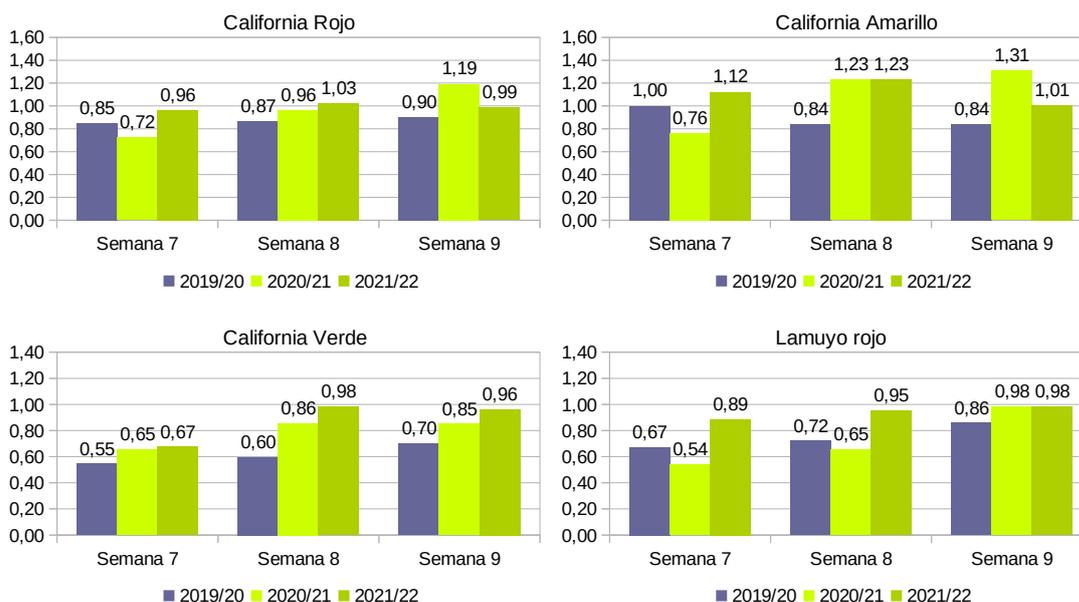
Ligero descenso del precio medio del pimiento en la semana inicial del mes de marzo.

El pimiento California amarillo afronta las últimas semanas de su campaña con una moderada reducción de la oferta que favorece una cotización media cercana a 1 €/kg. La mayoría de los productores de California rojo han esperado a que el producto vire a rojo para su recolección, lo que conlleva una limitación del volumen disponible de pimiento California verde en los invernaderos de Almería.

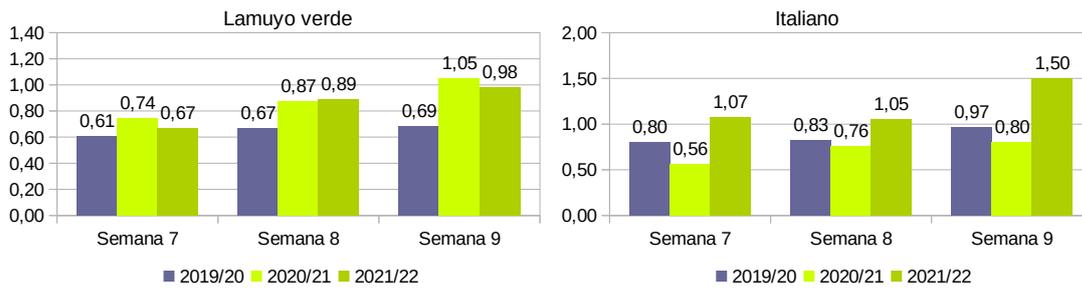
El calibre del pimiento está siendo otro factor que incide en la comercialización de este producto. Los supermercados mayoritariamente adquieren el pimiento envasado en flowpack de 500 gramos y en esta fase de la campaña hay dificultad para encontrar calibres medianos para este tipo de envasado.

En la escena nacional, cabe destacar que la producción de pimiento de Murcia no ejercerá competencia significativa sobre la de Almería hasta el mes de abril. En el mercado europeo, la producción de pimiento es escasa, debido al retraso en la fecha de trasplante para evitar la utilización de luz artificial en los invernaderos y reducir la factura eléctrica.

Gráfico 1 a-f. Precios medios semanales de liquidación al agricultor por tipos de pimiento.



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



Moderado descenso de los precios en origen del pimiento California amarillo (-18%) y ligera reducción de la cotización media de los tipos rojos de California (-4%), así como del California verde (-2%).

El pimiento Italiano se convierte en el tipo comercial más valorado al incrementar su precio (+42%) respecto a la pasada semana, seguido del Lamuyo rojo (3%).

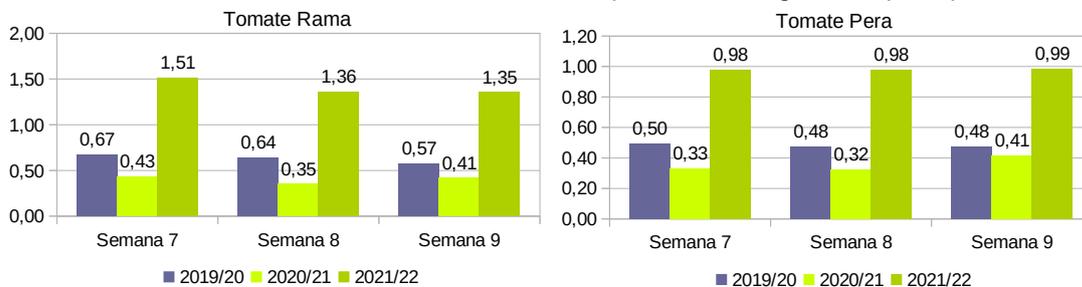
TOMATE

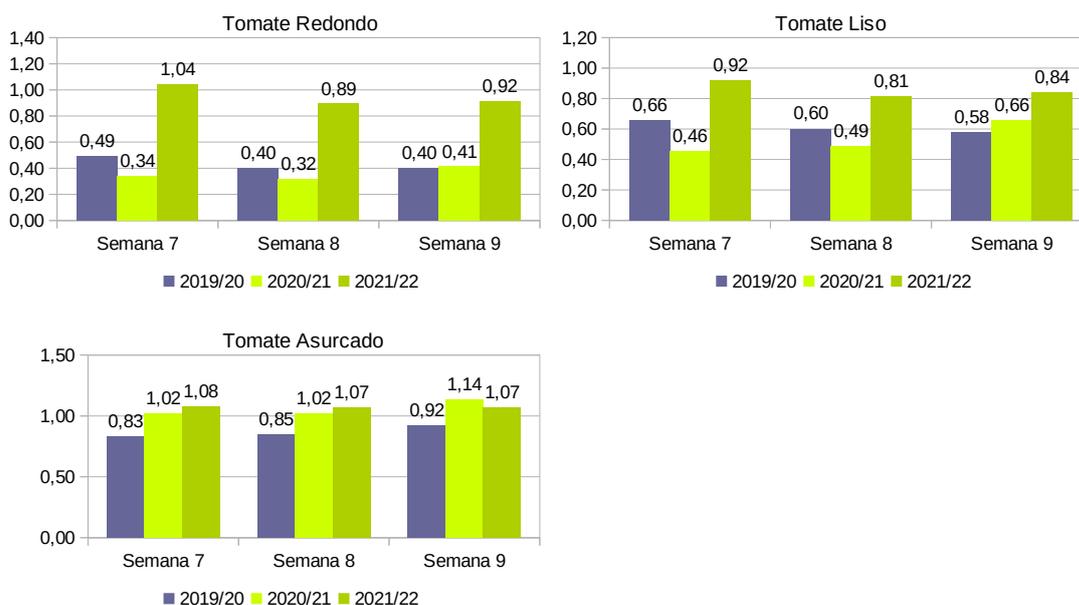
El precio medio del tomate se estabiliza respecto a la pasada semana.

El tomate supera ampliamente la cotización de las dos campañas precedentes en todos los tipos comerciales analizados, a excepción del tipo asurcado. El tomate rama, el que mejor comportamiento de precio ha mostrado a lo largo de la campaña, mejora en más de un 200% el precio medio registrado en la mismas fechas de la campaña 2020/21, y los tipos pera y redondo en más de un 100%.

Tras una campaña de otoño donde las notables oscilaciones térmicas diurnas-nocturnas, la ausencia de precipitaciones y la reducción de la superficie de cultivo ha marcado el desarrollo de la producción en origen, en el mes de marzo la oferta de tomate comienza a decrecer. Los tipos de tomate cultivados mayoritariamente en un único ciclo largo, como el tomate rama, acusan una notable reducción de su oferta esta semana, tendencia que continuará hasta finalizar la campaña. Los tipos redondo, liso y pera cultivados en ciclo de otoño han finalizado su producción y los que se han trasplantado para primavera ofrecerán las primeras producciones significativas en la primera quincena de abril.

Gráfico 2 a-d. Precios medios semanales de liquidación al agricultor por tipos de tomate.





La escasa oscilación de precios de los principales tipos comerciales de tomate respecto a la pasada semana y la reducción de la producción comercializada han marcado el comportamiento del tomate en los primeros días del mes de marzo.

Contingentes arancelarios del tomate para Marruecos:

El período de exportación del contingente de tomate a la UE comienza el 1 de octubre hasta el 31 de mayo. El contingente total para la campaña 2021/22 asciende a 285.000 toneladas.

Tabla 1. Contingente de tomate exportado por Marruecos a Europa.

Período	Campaña 21/22	Evolución
Semana 8	8.386 t	↓ 41 vs. semana anterior
Semana 9	11.111 t	↑ 32 vs. semana anterior
Acumulado febrero (1/2 al 28/2)	47.715 t	↑ 7% vs. acum. febrero campaña anterior
Total acumulado (1/10 al 06/3)	187.561 t	↑ 0,3 vs. acum. total campaña anterior

Fuente: Base de datos de Fiscalidad y Unión Aduanera de la Comisión Europea.

PEPINO

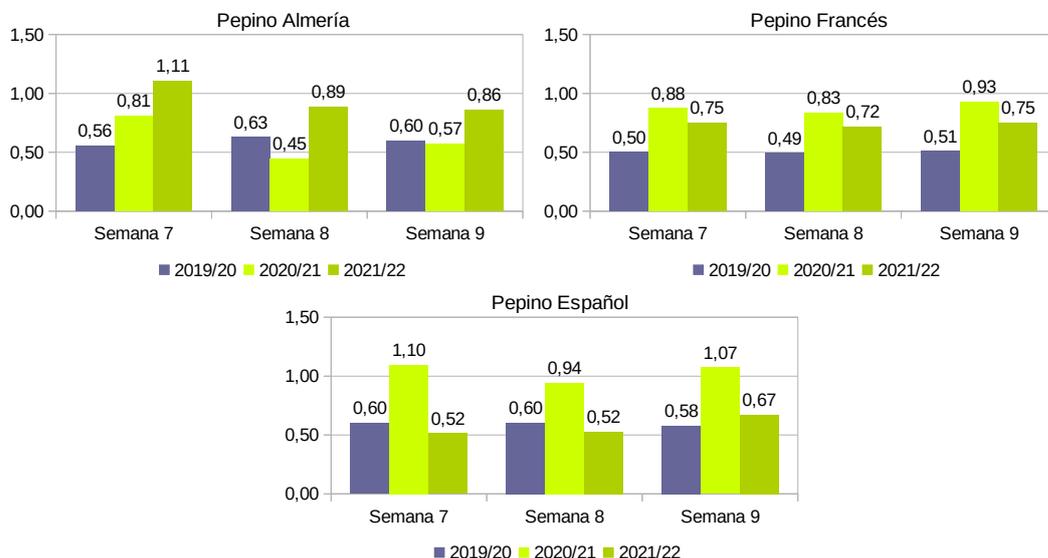
Desciende el volumen comercializado de pepino Almería respecto a la pasada semana y en menor medida los precios percibidos por los productores.

La oferta de pepino andaluz, aunque reducida en este período, continúa siendo el origen mayoritario en los mercados europeos.

La escasa producción de pepino en Holanda, cuyas plantaciones se han retrasado esta campaña para evitar el alto coste eléctrico que supone la iluminación de los invernaderos, está favoreciendo que el precio del pepino Almería duplique esta semana la cifra de la pasada campaña.

La producción de pepino comercializada hasta la fecha se aproxima al 75-80% del total de la campaña.

Gráfico 3 a-c. Precios medios semanales en origen por tipos comerciales de pepino.



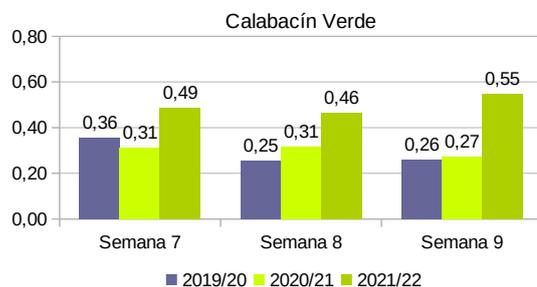
El pepino tipo Almería obtiene una cotización un 3% inferior a la pasada semana. El pepino francés mejora en un 4% las cifras de la semana precedente y el español en un 28%.

CALABACÍN

La oferta de calabacín se ha reducido de forma moderada a lo largo de la semana, lo que ha favorecido un incremento del precio medio en origen.

Durante el mes de marzo se solapan los productos procedentes de los trasplantes de diciembre y principios de enero, con una calidad propia de la etapa final de cultivo, y el producto recolectado de nuevas plantaciones de primavera con una óptima calidad.

Gráfico 4. Precios medios semanales de liquidación al agricultor del calabacín.



El calabacín incrementa un 17% su precio medio respecto a la pasada semana.

Contingentes arancelarios del calabacín para Marruecos:

El período de exportación del contingente de calabacín a la UE comienza el 1 de octubre hasta el 20 de abril. El contingente total para la campaña 2021/22 asciende a 56.000 toneladas.

Tabla 2. Contingente de calabacín exportado por Marruecos a Europa.

Período	Campaña 21/22	Evolución
Semana 8	1.050 t	↓ 32% vs. semana anterior
Semana 9	1.623 t	↑ 54% vs. semana anterior
Acumulado febrero (1/2 al 28/2)	7.354 t	↑ 4% vs. acum. febrero campaña anterior
Acumulado total (1/10 al 06/3)	31.891 t	↑ 14% vs. acum. total campaña anterior

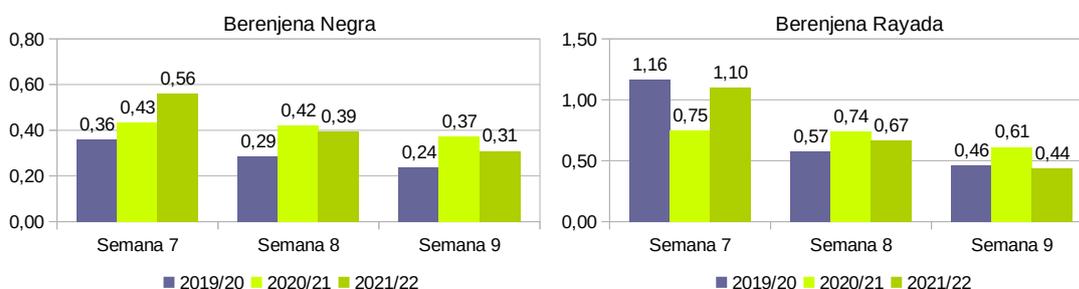
Fuente: Base de datos de Fiscalidad y Unión Aduanera de la Comisión Europea.

BERENJENA

La berenjena vuelve a perder valor en la primera semana del mes de marzo.

La subida de las temperaturas nocturnas y de los niveles de radiación en las zonas de producción han favorecido un moderado incremento del volumen comercializado respecto a la semana precedente que provoca la depreciación del producto. Pequeñas variaciones en la oferta de berenjena generan notables oscilaciones en el precio medio debido al limitado mercado del producto.

Gráfico 5. Precios medios semanales en origen por tipos comerciales de berenjena.

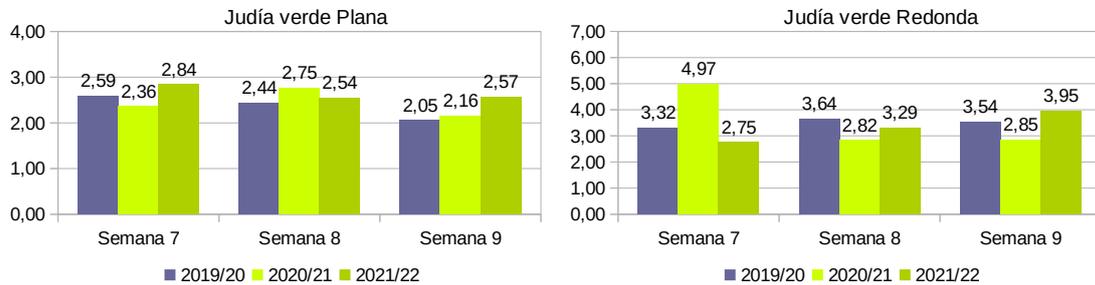


El precio medio de la berenjena negra disminuye un 21% respecto a la pasada semana y el de la berenjena rayada un 34%.

JUDÍA VERDE

Tanto la judía plana como la redonda incrementan su precio de liquidación al productor respecto a la pasada semana (2% y 20% respectivamente)

Gráfico 6. Precios medios semanales den origen por tipos comerciales de judía verde.



FUENTES DE INFORMACIÓN:

- La información reflejada se ha obtenido mediante consultas a expertos del sector y datos del Observatorio de Precios y Mercados. Los precios de la campaña 2021/22 son provisionales.
- Los precios han sido facilitados por empresas hortofrutícolas de Almería y/o Granada colaboradoras del Observatorio de Precios y Mercados.

NOTAS RELATIVAS AL PRECIO DE LIQUIDACIÓN AL AGRICULTOR:

- Es un precio medio ponderado, calculado a partir de los precios medios percibidos por el agricultor y las cantidades comercializadas asociadas.
- Es un precio neto en el que no se incluyen las comisiones comerciales.
- El precio contempla el producto de I y II categoría comercial .