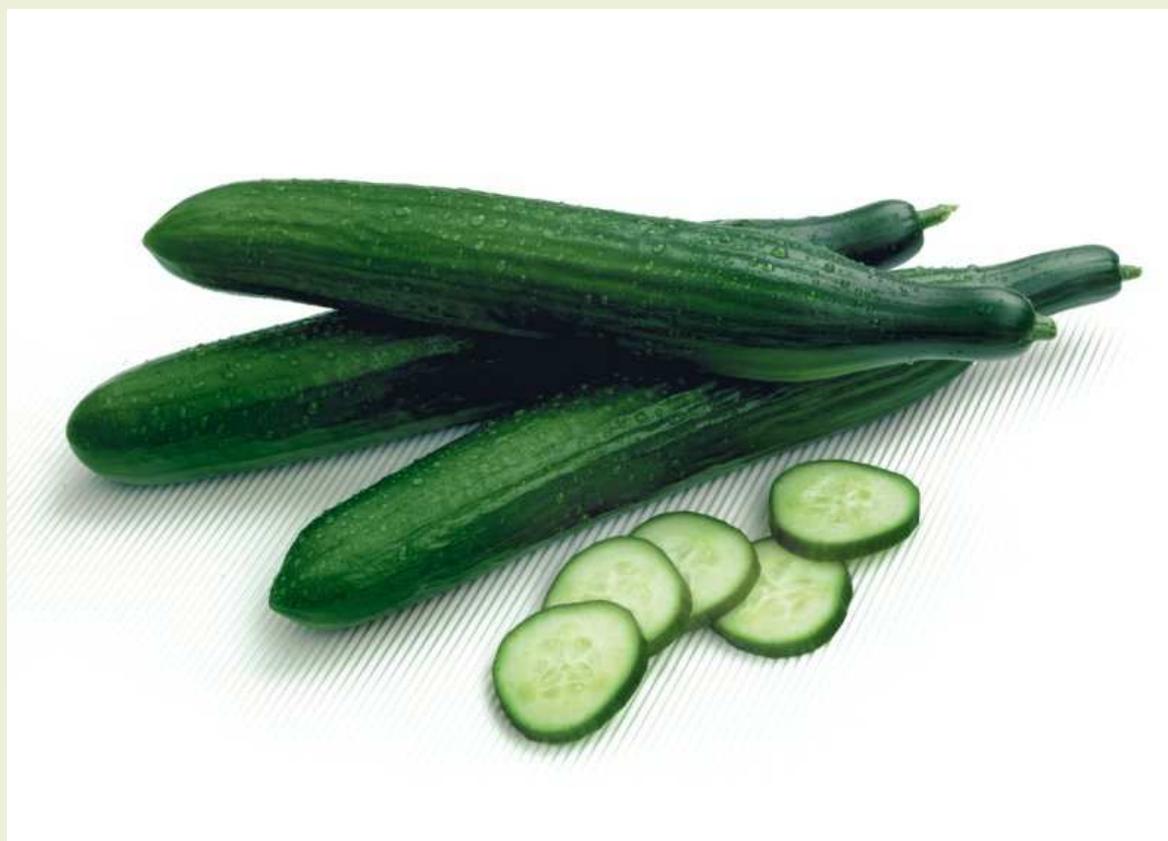


## Boletín de seguimiento de la Campaña 2010/11 Sector hortícolas protegidos

# PEPINO



## Índice

1. Notas metodológicas
2. Evolución mensual de los precios medios en origen
3. Precio medio en origen acumulado por producto
4. Precio medio en origen acumulado por tipo
5. Incidencias de campaña
6. Precio y volumen acumulados en consumo por formato
7. Precio y volumen acumulados en consumo por establecimiento de venta
8. Análisis del consumo mensual per cápita en Andalucía y en España
9. Volumen consumido acumulado en Andalucía y España
10. Evolución mensual del margen bruto origen-destino

## 1. Notas metodológicas (I)

↪ Los precios 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/obsprecios>).

↪ 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.

↪ **El 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.

↪ El **precio medio al consumo** se define como el precio final del producto, en un establecimiento determinado, e incluye el IVA (4%). Esta información se obtiene a partir de un universo muestral de 2.111 hogares andaluces y 12.000 españoles que declaran lo que consumen diariamente. El precio se obtiene utilizando una ponderación semanal del volumen consumido. Las dos variables que definen el precio al consumo son:

↪ El **formato de presentación.** Distinguiéndose el producto a granel y envasado.

↪ El **establecimiento de venta.** Diferenciándose dentro del canal de distribución tradicional, la tienda tradicional; y dentro del canal moderno, los supermercados, hipermercados y supermercados de descuento. Además se diferencia un quinto tipo de establecimiento, otros canales, que engloba mercadillos, ventas telemáticas y ventas a domicilio.

↪ Todos los precios presentados están expresados en valores corrientes, siendo la unidad utilizada el euro por kilo (€/kg).

## 1. Notas metodológicas (II)

Este boletín presenta los siguientes análisis:

↪ **Evolución mensual de los precios medios en origen.** Estudia la evolución de la cotización en origen del producto de primera categoría en la campaña vigente en comparación con la anterior.

↪ **Precio medio en origen acumulado por producto.** Compara el precio medio acumulado del producto de primera categoría de la campaña actual con las dos anteriores.

↪ **Precio medio en origen acumulado por tipo.** Compara el precio medio acumulado por variedad de primera categoría de la campaña actual con los precios de las dos campañas anteriores.

↪ **Incidencias de campaña.** Destaca aquellos hechos acontecidos a lo largo de la campaña que han podido influir en el desarrollo de la misma, afectando a variables como los volúmenes producidos, la calidad del producto, la formación del precio, etc.

↪ **Precio y volumen acumulado en consumo por formato.** Compara el volumen y precio medio al consumo acumulado durante la campaña actual, en España, con la campaña anterior diferenciando entre granel y envasado.

↪ **Precio y volumen acumulado en consumo por establecimiento de venta.** Compara los datos de consumo acumulado en la campaña actual, en España, con los de la campaña anterior diferenciando por establecimiento de venta.

↪ **Análisis del consumo mensual per cápita en Andalucía y en España.** Estudia la evolución del consumo mensual en Andalucía y en España a lo largo de la campaña actual.

↪ **Volumen consumido acumulado en Andalucía y en España.** Analiza el volumen consumido acumulado durante la campaña actual y la pasada, en Andalucía y España.

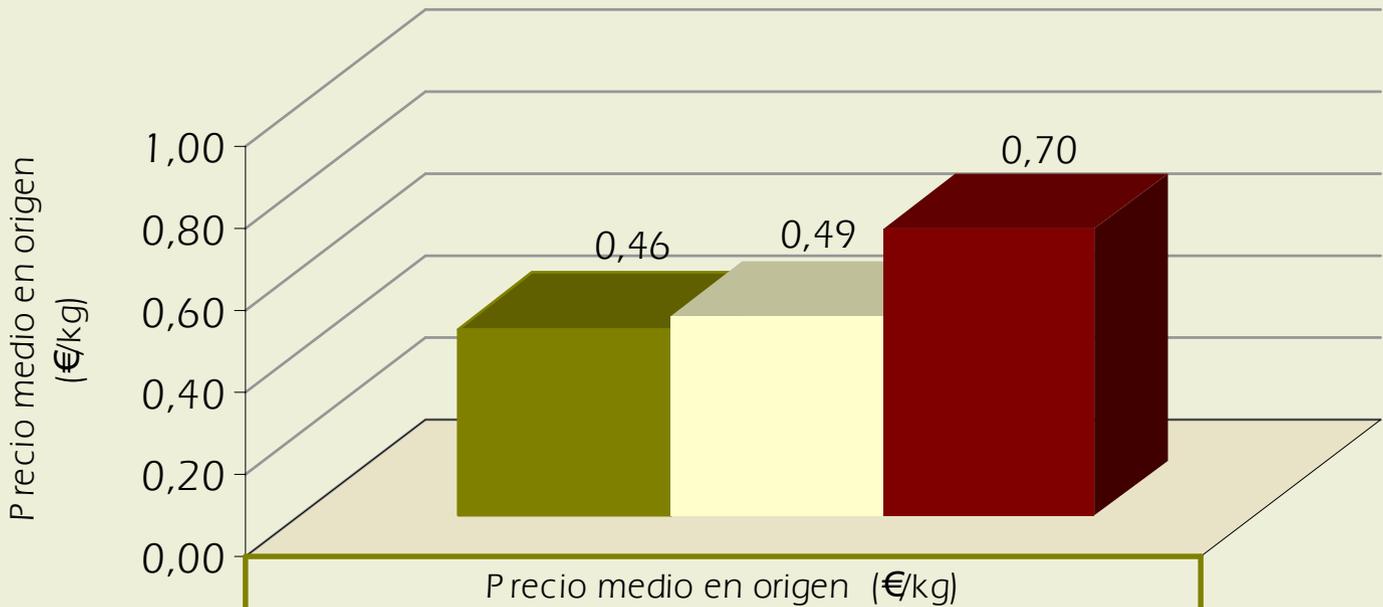
↪ **Evolución mensual del margen bruto origen-destino.** Compara los precios medios mensuales percibidos por el agricultor de 1ª categoría con el precio de venta al público en España, y el margen bruto comercial.

## 2. Evolución mensual de los precios en origen del pepino de 1ª categoría



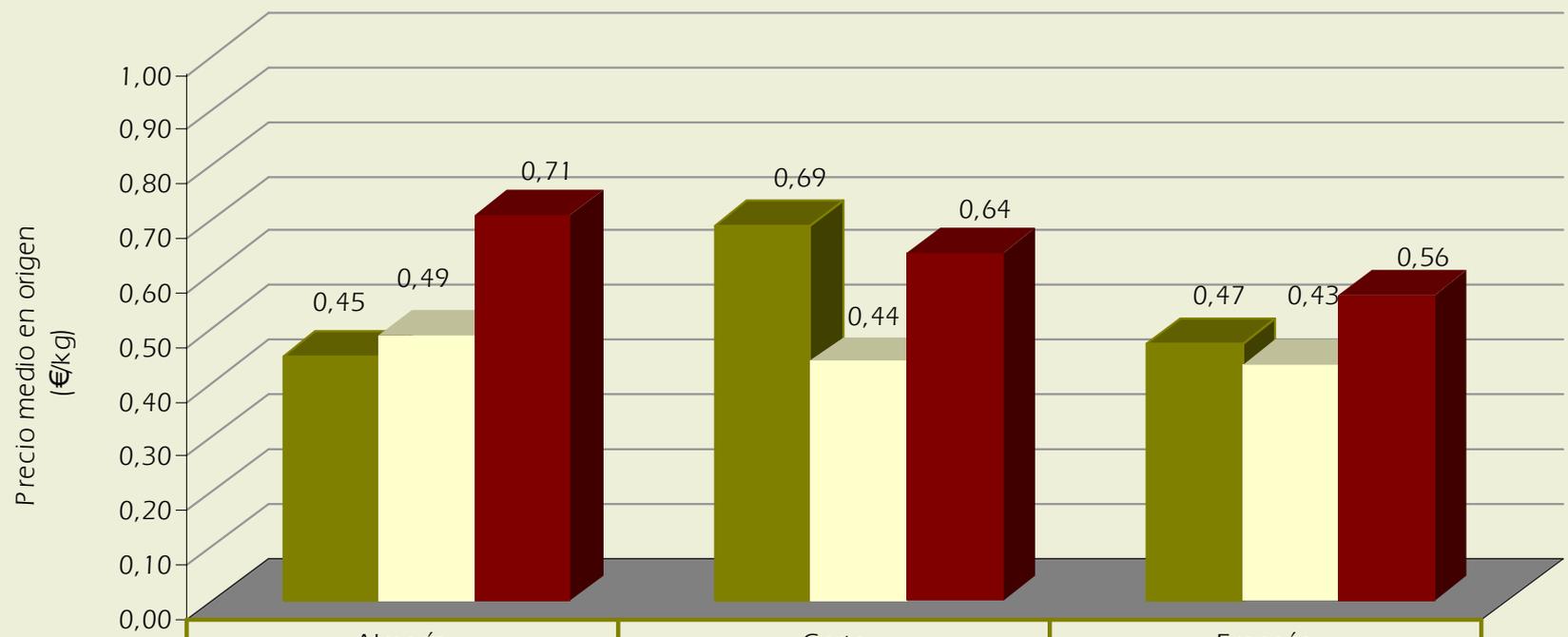
	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb
▲ Campaña 2010/2011	0,25	0,42	0,59	0,37	0,44	0,50
■ Campaña 2009/2010	0,19	0,17	0,22	0,66	0,79	0,92

## 3. Precio medio en origen acumulado del pepino de 1ª categoría



Campaña	Precio medio en origen (€/kg)
Campaña 2010/2011	0,46
Campaña 2009/2010	0,49
Campaña 2008/2009	0,70

## 4. Precios medios en origen acumulados por tipo de pepino de 1ª categoría



	Almería	Corto	Francés
■ Campaña 2010/11	0,45	0,69	0,47
■ Campaña 2009/10	0,49	0,44	0,43
■ Campaña 2008/09	0,71	0,64	0,56

## 5. Incidencias de campaña

- El inicio de campaña estuvo marcado por el retraso en la fecha de transplante de la provincia de Almería, que comenzó a producir volúmenes importantes una vez estuvo prácticamente finalizada la campaña de pepino en Holanda.
- En la segunda quincena de diciembre, tiene lugar una sobreproducción de pepino holandés en la costa oriental granadina, coincidiendo con una elevada producción en Almería. La concurrencia de ambas producciones, llega a saturar del mercado y las cotizaciones en origen caen bruscamente.
- Durante el mes de enero, las temperaturas invernales frenan el crecimiento y maduración del fruto, cuando gran número de plantaciones se encuentran recolectando los rebrotes y las más envejecidas comienzan a arrancarse. Estas circunstancias provocan la reducción de la producción comercializada y la recuperación de las cotizaciones en origen.
- En el ciclo de otoño se ha observado un incremento productivo respecto a la pasada campaña, resultado del aumento en la superficie de plantación. El pepino se ha convertido en esta campaña, en uno de los cultivos más atractivos para los productores.

## 6. Precio y volumen acumulados en consumo del pepino por formato



	Campaña 2010/2011	Campaña 2009/2010
■ Volumen consumo granel	36.602	38.306
■ Volumen consumo envasado	3.111	3.323
◆ Precio medio consumo granel	1,36	1,26
◆ Precio medio consumo envasado	1,43	1,26

## 7. Precio y volumen acumulados en consumo del pepino por establecimiento de venta



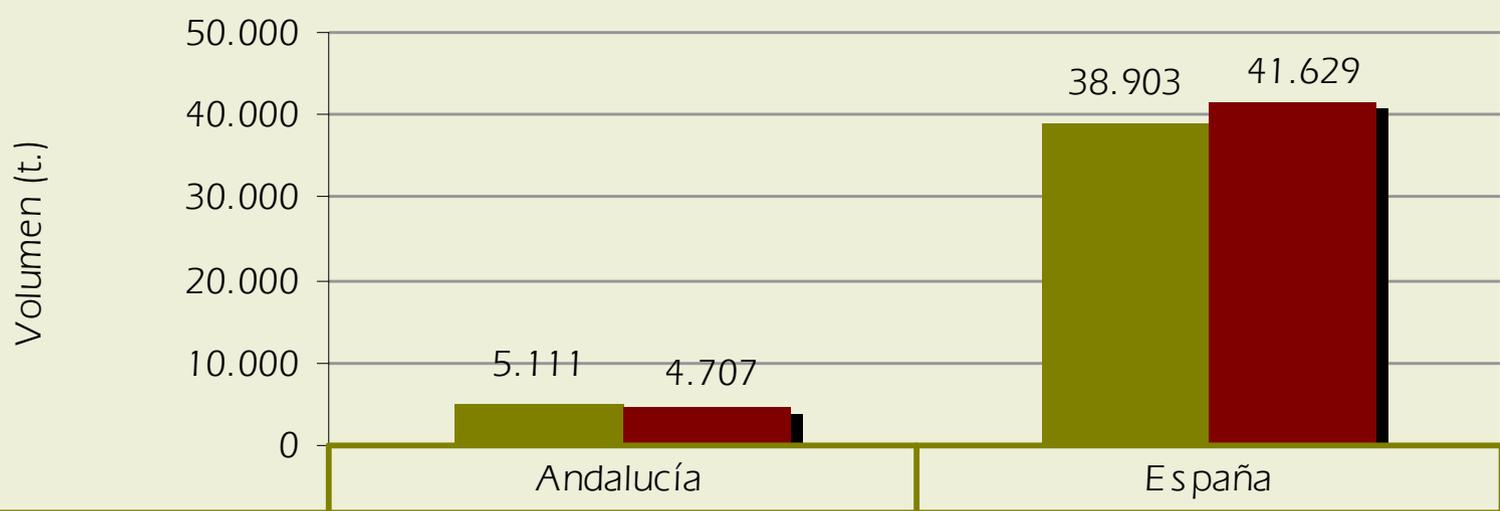
■ Volumen t.tradicional	15.297	16.300
■ Volumen supermercado	12.421	13.004
■ Volumen hipermercado	3.138	2.827
■ Volumen t.desuento	2.567	2.884
◆ P .medio t.tradicional	1,35	1,26
◆ P .medio supermercado	1,43	1,27
◆ P .medio hipermercado	1,36	1,36
◆ P .medio t.desuento	1,32	1,11

## 8. Análisis del consumo mensual per cápita del pepino en Andalucía y España



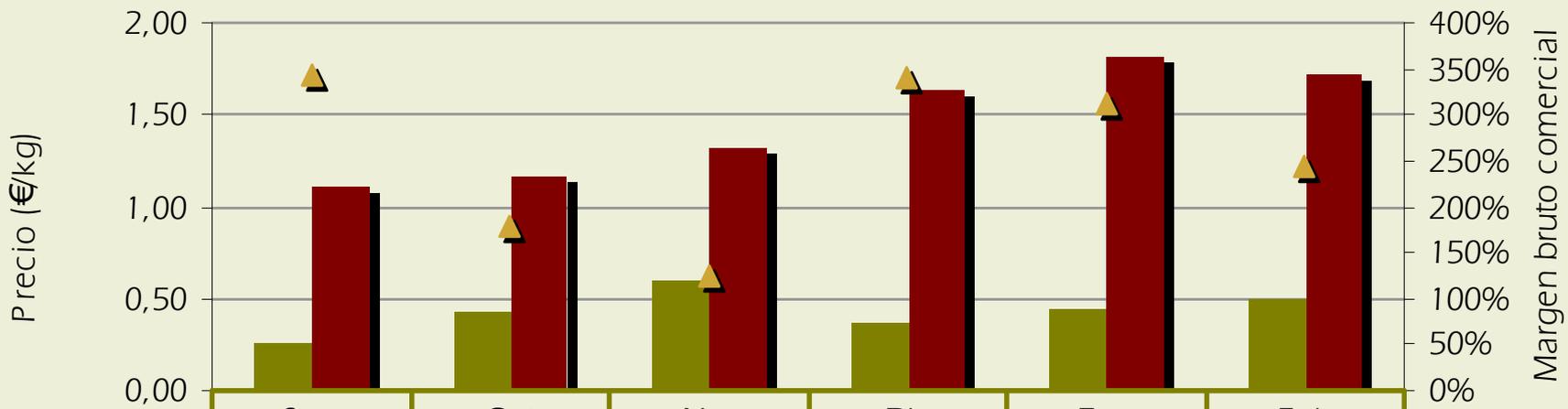
▲ España	0,26	0,19	0,11	0,08	0,11	0,09
■ Andalucía	0,20	0,13	0,07	0,05	0,10	0,06

## 9. Volumen consumido acumulado de pepino en Andalucía y España



■ Volumen consumido 2010-11	5.111	38.903
■ Volumen consumido 2009-10	4.707	41.629
Variación porcentual interanual	9%	-7%

## 10. Evolución mensual del margen bruto comercial origen-destino del pepino



■ P. origen mensual	0,25	0,42	0,59	0,37	0,44	0,50
■ P. consumo mensual	1,11	1,17	1,32	1,63	1,81	1,72
▲ Margen bruto comercial	344%	179%	124%	341%	311%	244%